



Appunti scienze dell'opinione pubblica

Scienze Sociali
Università degli Studi di Siena (UNISI)
77 pag.

Sommario

| | | | |
|--------|-------------------------|---|----|
| I. | Lezione 1 – 27/09/2022 | “Perché studiare l’opinione pubblica?” | 2 |
| II. | Lezione 2 – 28/09/2022 | “Che cosa è l’opinione pubblica?” | 3 |
| III. | Lezione 3 – 29/09/2022 | “Come si studia l’opinione pubblica?” | 6 |
| IV. | Lezione 4 – 05/10/2022 | “Il campionamento I” | 8 |
| V. | Lezione 5 – 06/10/2022 | “Il campionamento II” | 10 |
| VI. | Lezione 6 – 11/10/2022 | “Il campionamento III” | 13 |
| VII. | Lezione 7 – 12/10/2022 | | 14 |
| | i. | “Il campionamento IV” | 14 |
| | ii. | “Tipi di intervista” | 16 |
| VIII. | Lezione 8 – 13/10/2022 | “Effetti sulla ricerca durante la raccolta dati” | 17 |
| IX. | Lezione 9 – 18/10/2022 | “Il questionario” | 19 |
| X. | Lezione 10 -19/10/2022 | “Formulazione e ordine delle domande” | 20 |
| XI. | Lezione 11 – 25/10/2022 | “Modello di risposta ad una domanda” | 23 |
| XII. | Lezione 12 – 26/10/2022 | “Strategie alternative di studio dell’opinione pubblica I” | 28 |
| XIII. | Lezione 13 – 27/10/2022 | | 30 |
| | i. | “Strategie alternative di studio dell’opinione pubblica II” | 30 |
| | ii. | “Cos’è una variabile?” | 31 |
| XIV. | Lezione 14 – 03/11/2022 | “Ipotesi e distribuzioni di frequenza” | 34 |
| XV. | Lezione 15 – 08/11/2022 | “Metodi per il confronto dei dati” | 37 |
| XVI. | Lezione 16 – 09/11/2022 | | 39 |
| | i. | “Le tabelle di contingenza” | 39 |
| | ii. | “Controllo per terza variabile” | 40 |
| XVII. | Lezione 17 – 15/11/2022 | “Esempi relazione spurie, intervenienti e antecedenti” | 42 |
| XVIII. | Lezione 18 – 16/11/2022 | “Ulteriori esempi” | 44 |
| XIX. | Lezione 19 – 17/11/2022 | | 47 |
| | i. | “Lo studio dell’opinione pubblica” | 47 |
| | ii. | “Caso di studio - La Personalità Autoritaria” | 48 |
| XX. | Lezione 20 – 22/11/2022 | | 51 |
| | i. | “Alternative allo studio di Adorno” | 51 |
| | ii. | “Caso di studio – Il Familismo amorale” | 53 |
| XXI. | Lezione 21 – 24/11/2022 | “Caso di studio – The Civic Culture” | 55 |
| XXII. | Lezione 22 – 29/11/2022 | | 58 |
| | i. | “Caso di studio – Making Democracy Work” | 58 |

| | | |
|--------|--|----|
| ii. | "Caso di studio – <i>The nature of Belief Systems in mass publics</i> " | 60 |
| XXIII. | Lezione 23 – 01/12/2022 | 62 |
| i. | "Critiche allo studio di Converse" | 62 |
| ii. | "Formazione delle preferenze politiche delle persone" | 65 |
| XXIV. | Lezione 24 – 06/12/2022 "Il ruolo dei mass media nell'opinione pubblica" | 66 |
| XXV. | Lezione 25 – 07/12/2022 "Il framing" | 70 |
| XXVI. | Lezione 26 – 13/11/2022 "Rapporto fra opinione pubblica e politiche pubbliche" | 73 |

I. Lezione 1 – 27/09/2022

"Perché studiare l'opinione pubblica?"

Prima ancora che chiedersi cosa sia l'**opinione pubblica** è importante interrogarsi sul perché risulti così importante studiarla. In primo luogo possiamo sicuramente dire che l'importanza dello studio dell'opinione pubblica deriva dalla rilevanza sociale, politica e culturale della disciplina. Essa nasce infatti (o meglio nasce il termine ma non il pensiero che è alla sua base, quest'ultimo ha origini più antiche) durante la **rivoluzione francese** (1789) e inizia ad essere studiata attraverso la misurazione degli atteggiamenti individuali dei cittadini. Oltre alla sua rilevanza, e quindi alla sua influenza, l'opinione pubblica è un valido oggetto di studio in quanto è pervasiva, riguarda cioè moltissimi ambiti (ad esempio politica, economia, curiosità, ecc...).

Lo strumento maggiormente usato per lo studio dell'opinione pubblica è il **sondaggio**, al quale partecipano un certo numero di persone (numero che va a formare la **numerosità campionaria**) delle quali verranno raccolte e analizzate le informazioni pertinenti alla ricerca da svolgere. Risulta in modo evidente l'impossibilità di intervistare tutta la popolazione, è per questo motivo che al suo interno verrà selezionato solamente un **campione** rappresentativo. Quest'ultimo verrà scelto mediante tecniche ben precise al fine di rendere validi i dati ottenuti dallo studio, un esempio di queste tecniche è la randomizzazione (di cui parleremo più avanti).

Lo strumento del sondaggio non è tuttavia esente da problemi, ne sono un esempio i margini di errore, il **framing (o question wording)** [Riferimento: Lezione 25]. Quest'ultimo in particolare è l'effetto attraverso cui la formulazione delle domande si manifesta sulle risposte, il modo in cui una domanda viene formulata dall'intervistatore va cioè a modificare sotto qualche aspetto le risposte dell'intervistato. Un'ulteriore complicazione riguardante i sondaggi è il caso particolare dell'**acquiescenza**, per il quale è più probabile che si risponda ad una domanda in modo positivo piuttosto che in modo negativo (per ragioni di desiderabilità sociale, ecc...), ciò a prescindere dal suo contenuto. È poi necessario fare attenzione all'effetto di **response set**, ovvero la tendenza degli intervistati a fornire la stessa risposta a tante diverse domande (o a tutte). Il response set può essere causato, ad esempio, dalla noia che l'intervistato può provare nel rispondere al sondaggio perché è troppo lungo o perché presenta un linguaggio troppo complesso. È infine necessario riportare che anche la veste grafica di un sondaggio è importante ("l'occhio vuole la sua parte!") e che bisogna sempre fare attenzione ai dettagli quando ne leggiamo uno poiché un'errata interpretazione della domanda potrebbe portare ad una lettura fuorviante dei risultati.

Ci potremmo a questo punto chiedere:

“L’opinione pubblica ha un impatto sulla politica?”

Secondo molti sì, e ne è un esempio il fenomeno del **rally ‘round the flag** (effetto di incremento dell’approvazione politica durante periodi di crisi internazionali o di guerra) usato come metodo **diversivo** per aumentare la propria popolarità da parte di un governo. Ciò avviene quando un governo sfrutta un problema (presente o presentato ai cittadini come imminente), come la guerra (in questo caso si fa riferimento in particolare alla **teoria della guerra diversiva**), per indirizzare l’opinione pubblica verso qualcosa di distante da un altro problema interno, per esempio una crisi economica o delle elezioni imminenti.

II. Lezione 2 – 28/09/2022

“Che cosa è l’opinione pubblica?”

Come abbiamo già detto il termine opinione pubblica è di invenzione piuttosto recente, tuttavia essa riguarda un fenomeno presente e radicato nel pensiero occidentale fin dall’antichità (in particolare nell’antica Grecia) e successivamente esportato in altre aree del mondo. Se a questo aggiungiamo il fatto che l’opinione pubblica è un concetto presente all’interno di molte altre discipline (a partire ovviamente dalle scienze sociali) risulta evidente come dare ad essa una definizione precisa e univoca sia pressoché impossibile. Tale concetto presenta poi delle proprietà particolari:

- **È un “termine strano”** → il termine **opinione** riguarda un giudizio personale / soggettivo / individuale e suscettibile alla modifica, mentre il termine **pubblica** fa riferimento ad una sfera più ampia (risalendo alla sua etimologia esso significa *“tutto ciò che ha a che fare con la gente”*) e riguarda tutto ciò che ha a che fare con lo Stato (e quindi richiama concetti di universalità, razionalità ed obiettività). Il termine composto “opinione pubblica” è quindi formato da due elementi perennemente in conflitto, contraddittori;
- **È costruita mediante la raccolta di informazioni personali dei singoli cittadini** (ad esempio attraverso i sondaggi d’opinione), avendo il fine di trasformare i risultati in qualcosa di più grande;
- **È astratta** → perciò presuppone la conoscenza del metodo di studio usato: vi è quindi un collegamento stretto fra l’opinione pubblica, la **metodologia** e l’**avanzamento tecnologico**. Un esempio di quest’ultimo è il **campionamento**, fondamentale per la generalizzazione dei risultati.

Lo studio dell’opinione pubblica è “dominato” da due prospettive principali:

- **Visione individualista** → vede l’opinione pubblica come somma matematica delle opinioni personali;
- **Visione organicista** → vede l’opinione pubblica come un fenomeno collettivo che nasce da una società, esprime una certa cultura e influisce indirettamente sulle opinioni personali. Lo studio sul suicidio di **Durkheim** si pone proprio in questa visione, ovvero per lui il fenomeno del suicidio dipendeva da un dato contesto sociale.

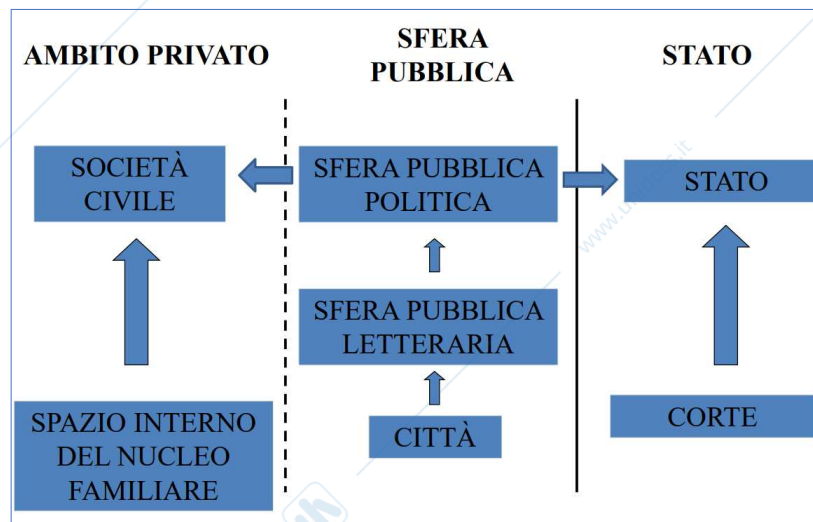
Durante il nostro corso di studi prenderemo come assunto di base quello proprio della prima prospettiva sopra riportata.

Come abbiamo già detto possiamo sicuramente ritrovare il concetto di opinione pubblica nel pensiero dei greci, in particolare possiamo prendere come punto di partenza della sua evoluzione le visioni dei due seguenti filosofi:

- Nella visione pessimistica di **Platone** l'opinione pubblica è fondamentalmente incapace di comprendere i suoi veri interessi. A questa condizione il filosofo propone come soluzione quella di un "governo tecnocratico", esemplificata nel "Mito della caverna". In esso Platone racconta di un popolo che vive isolato e bloccato in una caverna, il quale passa la propria vita ad osservare delle ombre sul muro. Le ombre tuttavia non sono altro che proiezioni di ciò che vi è all'esterno della caverna. Solo alcuni individui riescono a rendersi conto della propria condizione e a uscire dalla caverna, tuttavia tra questi solamente pochi riusciranno a sopportare la visione di ciò che vedono là fuori e ad accettarne l'esistenza. Per Platone questi pochi "eletti" non sono altro che i filosofi, coloro ai quali dovrebbe essere dato il potere. Provando a costruire un parallelismo fra questo mito e l'attualità potremmo dire che la "nostra" caverna non è altro che la bolla mediatica in cui spesso siamo bloccati;
- Per **Aristotele** invece i cittadini, o perlomeno la maggior parte di loro, sono in grado di comprendere la cosa pubblica in quanto "uomini politici".

Possiamo individuare una seconda fase dell'evoluzione del concetto di opinione pubblica proprio nel periodo della rivoluzione francese. Anche in questo caso ci troviamo di fronte alla contrapposizione di due idee:

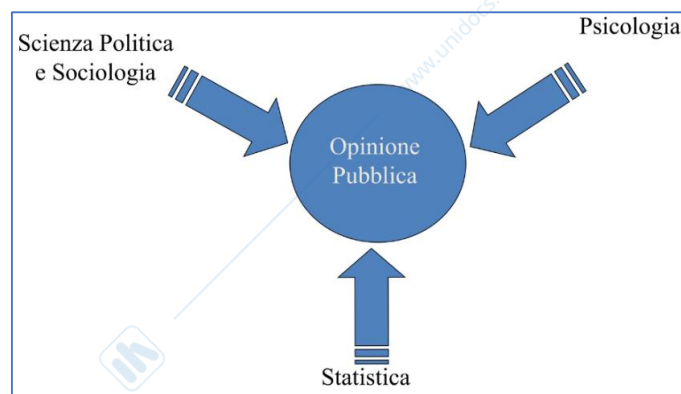
- Per **Habermas** l'opinione pubblica è un fenomeno sociale specifico delle società moderne, esso nasce quindi come conseguenza della modernizzazione delle civiltà occidentali (in Francia nei salottini con gli intellettuali, mentre in Inghilterra nei caffè). In particolare per il sociologo l'opinione pubblica non è altro che una parte fondamentale della **sfera pubblica**, ovvero di quell'elemento di comunicazione fra la **società civile** e lo **Stato**;



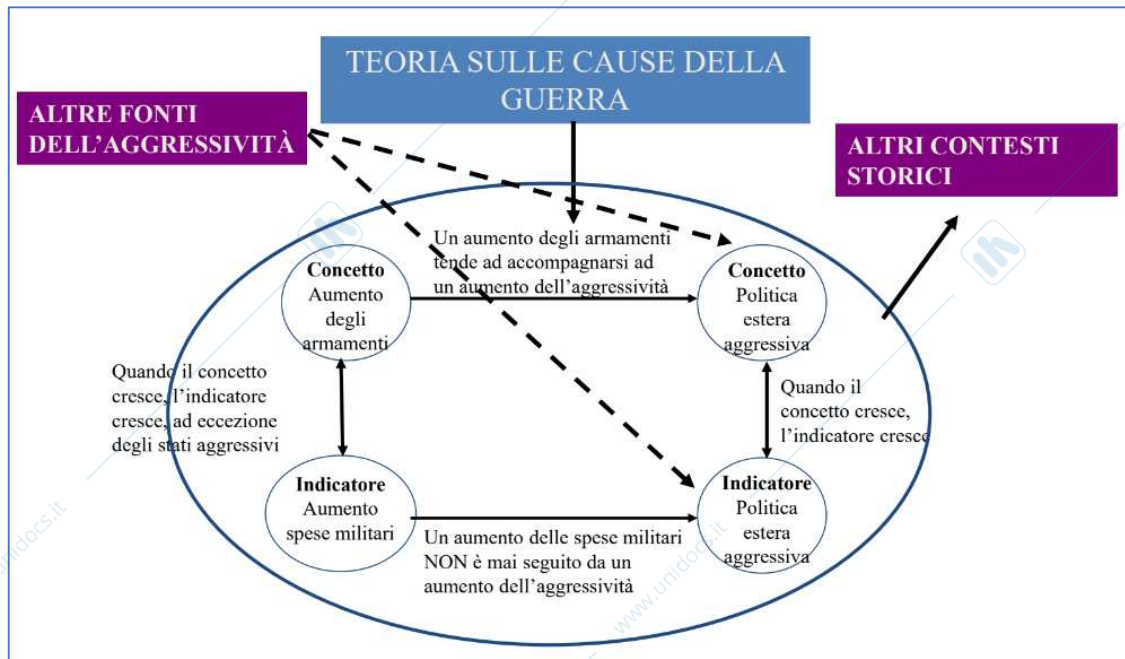
- Secondo **Baker e Ozuf** invece il concetto di opinione pubblica è stato/è un'invenzione politica usata al fine di rivoluzionare la società, e in particolare sarebbe uno strumento ideologico nel conflitto tra l'assolutismo e i critici. Nasce in questo modo un tribunale dell'opinione pubblica avente il ruolo di legittimare un nuovo potere in opposizione all'assolutismo. Poiché questo strumento è un frutto della visione illuministica allora alla sua base non potrà esserci altro che la ragione.

Un ultimo grande passo che possiamo considerare nell'evoluzione del concetto di opinione pubblica è quello avvenuto durante i secoli XIX e XX. Essi furono infatti caratterizzati da una nuova sfida: la necessità di conciliare la democrazia con l'ingresso delle masse nella vita politica (cadde infatti la concezione elitaria della democrazia). La soluzione proposta nel XX secolo fu poi quella della **democrazia rappresentativa**, ovvero un governo guidato da rappresentanti che rispondono ai loro elettori. Con il passare del tempo tuttavia l'entusiasmo politico è venuto sempre di più a mancare soprattutto per via dell'insoddisfazione degli elettori e di una loro crescente sfiducia nei rappresentanti. L'effetto di tutto ciò è stato un **deficit democratico** e l'avanzata in molti paesi di una **democrazia populista**, ovvero una forma di governo in cui i leader politici mirano a rappresentare il popolo e le grandi masse esaltandone valori, desideri, frustrazioni e sentimenti collettivi o popolari. In ogni caso si nota facilmente come l'opinione pubblica sia strettamente legata al concetto di democrazia e difficilmente sopravviverebbe al di fuori di essa.

Le fonti dello studio dell'opinione pubblica sono:



Ogni volta che ci troviamo di fronte alla necessità di fare uno studio il modus operandi sarà sempre quello di avanzare delle **ipotesi** che vogliamo verificare con i dati a nostra disposizione (da noi trovati o raccolti). In particolare un'ipotesi è un'affermazione circa l'esistenza di una relazione fra una **variabile indipendente** e una **variabile dipendente**. Per effettuare tale verifica trasformeremo le ipotesi in **indicatori** attraverso un **processo di operazionalizzazione** che porterà un concetto astratto a diventare un qualcosa di concreto e osservabile. È sempre bene ricordare però che i dati potrebbero essere affetti da **distorsioni sistematiche**, ovvero che si presentano sempre nella stessa direzione. Un esempio potrebbe essere la tendenza dei governi più aggressivi (militarmente parlando) a nascondere i propri dati/numeri circa l'armamento dei propri eserciti. Un altro problema è rappresentato poi dalle **relazioni spurie** che avvengono quando una terza variabile che non avevamo precedentemente considerato risulta essere causalmente collegata ad entrambe le due variabili da noi presa in considerazione. Questo tipo di situazione è molto frequente in quanto le spiegazioni ai complessi fenomeni studiati sono pluricausali, ovvero presentano più cause. Infine è fondamentale ricordare che ogni generalizzazione ricavata dai dati dipende dal contesto in cui ci troviamo, ad esempio l'anno in cui è stata svolta la ricerca.



→ Esempio di concetti, ipotesi e indicatori

III. Lezione 3 – 29/09/2022

“Come si studia l’opinione pubblica?”

Le fasi della ricerca scientifica sono legate fra loro da un rapporto di sequenzialità (si svolgono l’una dopo l’altra) e possono susseguirsi in cicli potenzialmente infiniti.



Parlando in particolare dei/delle **disegni/strategie di ricerca** vi sono due grandi famiglie molto diverse fra loro, esse sono quelle dei:

- **Metodi sperimentali** → attraverso gli **esperimenti** siamo in grado di “manipolare” quelle che riteniamo essere le cause (potenziali) del fenomeno che vogliamo studiare e di avere un maggior controllo su eventuali elementi di disturbo. Per quanto riguarda la manipolazione delle cause essa avviene di solito attraverso la creazione di due gruppi: sul **gruppo di controllo** verrà effettuata la misurazione del fenomeno senza che vi sia alcuna

influenza da parte dei ricercatori, mentre nel **gruppo sperimentale** la **misurazione si compirà in seguito alla somministrazione di uno stimolo** (corrispondente alla causa del fenomeno ipotizzata). La manipolazione avviene quindi sempre sulla variabile indipendente e una volta effettuato il rilevamento su entrambi i gruppi verranno confrontati fra loro i risultati rispetto alla variabile dipendente, in modo da verificare eventuali e sostanziali differenze. Per fare questo è però necessario che i due gruppi siano simili sotto il punto di vista della rappresentatività dei loro componenti, e ciò è garantito dalla tecnica della **randomizzazione**. Quindi quest'ultima in media rende omogenee le caratteristiche dei componenti dei gruppi in partenza (essa nacque per risolvere la poca efficienza del **matching**, ovvero l'assegnazione manuale degli individui a gruppi diversi valutandoli rispetto alle loro caratteristiche);

- **Metodi non sperimentali o osservativi** → in questo caso i fattori di disturbo devono essere controllati in altro modo, ad esempio attraverso dei **sondaggi d'opinione** ben strutturati. Non ci si può quindi affidare alla casualità, ma anzi sarà necessario usare dei metodi statistici al fine di parametrizzare i fattori che non ci interessano.

La scelta di un metodo piuttosto che un altro deriva soprattutto dalla natura stessa del progetto che stiamo svolgendo.

La fase della **raccolta dei dati** corrisponde all'utilizzo di un metodo di studio dell'opinione pubblica piuttosto che un altro e ciò può avvenire seguendo tre strade:

- **Analisi del contenuto**
- **Esperimenti**
- **Indagini (Survey)**

Ci concentreremo adesso sulla spiegazione dei primi due metodi poiché il terzo sarà largamente approfondito in futuro.

L'analisi del contenuto è un metodo che cerca di analizzare l'opinione pubblica per via indiretta, per esempio la comunicazione politica all'interno dei social media. Più precisamente rappresenta una tecnica (o un insieme di tecniche) finalizzate all'analisi dei contenuti in maniera sistematica. Essa serve a:

- Studiare gli *antecedenti della comunicazione*, cioè dirci qualcosa sul parlante;
- Capire le caratteristiche della comunicazione (*canale, contenuto del messaggio, ricevente/target*, ecc...);
- Verificare gli effetti della comunicazione, ad esempio come la radio ha modificato gli atteggiamenti politici dei cittadini.

L'analisi del contenuto può avere diversi oggetti/documenti di studio:

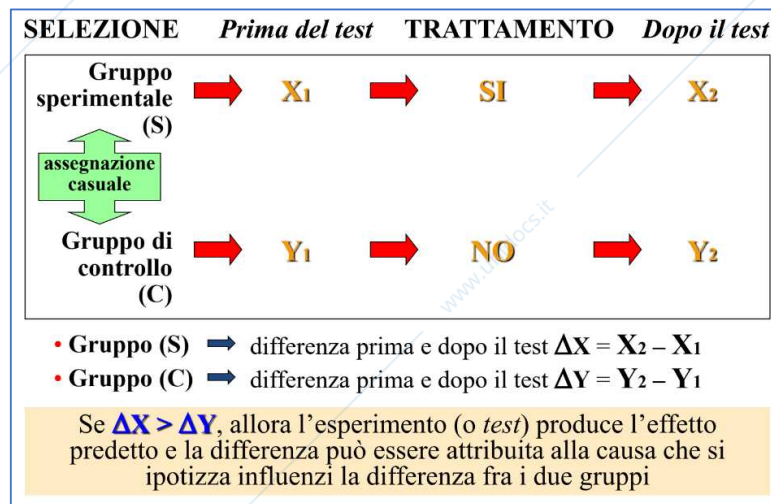
- **Unità di documentazione** → i documenti di cui ci interessa analizzare il contenuto;
- **Unità di registrazione** → gli specifici segmenti di contenuto dei documenti selezionati, da considerare per rilevare le variabili giudicate rilevanti.

Esistono diverse tipologie di testi, ad esempio: *testi scritti*, *testi orali* (ad esempio i discorsi pubblici), *testi iconici* (ad esempio i quadri), *testi audio-visivi* e *ipertesti* (ad esempio social media).

L'analisi del contenuto può poi avvenire mediante le tecniche di **analisi concettuale** e/o **analisi relazionale**. Durante il processo di analisi potrebbe essere necessario l'utilizzo dei **codificatori** (umani o macchine a seconda delle necessità) che devono avere come caratteristica quella dell'affidabilità e servono a rilevare categorie concettuali a partire dai documenti selezionati. Ovviamente l'analisi del contenuto può presentare alcune problematiche, ad esempio

la necessità di attendibilità e completezza della documentazione utilizzata porta ad un problema di campionamento. Viene inoltre richiesto un alto grado di validità e attendibilità dei procedimenti di codifica, in particolare in merito alla stabilità nel tempo (**coerenza intra-codificatore**) e alla riproducibilità (**coerenza intra-codificatori**).

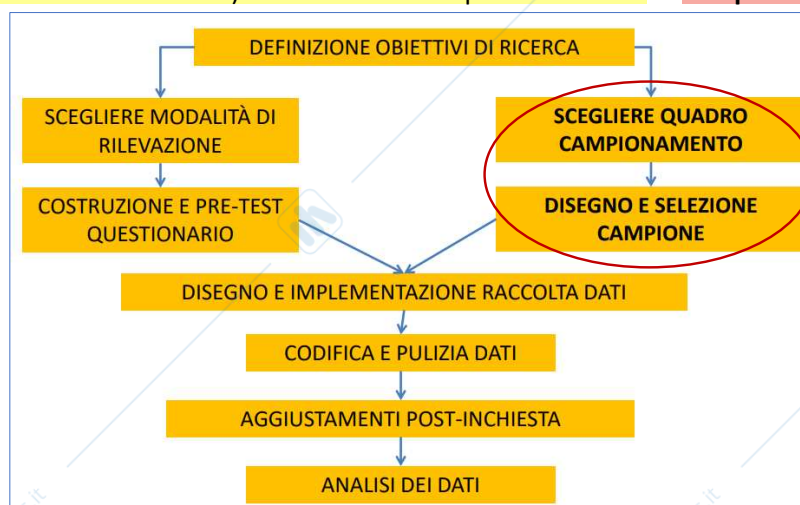
Nel caso dell'esperimento invece ci troviamo di fronte ad un test nel quale si vuole verificare un'affermazione causale mediante la somministrazione di due situazioni opposte a due gruppi rappresentativi della stessa popolazione (come spiegato sopra). Il trattamento si basa quindi su un'ipotesi e viene studiato mediante la comparazione dei risultati dei due diversi gruppi.



IV. Lezione 4 – 05/10/2022

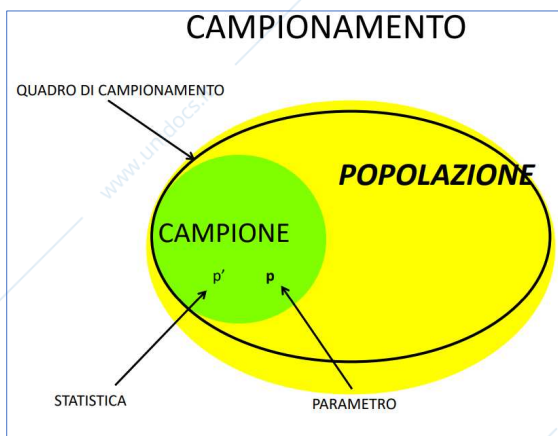
“Il campionamento I”

Per la fase di raccolta dei dati lo strumento maggiormente utilizzato è sicuramente il **questionario**, a prescindere che si utilizzi l'**indagine campionaria** o dei metodi alternativi. Successivamente a questa fase vi è quella dell'analisi dei dati, all'interno della quale avrà un ruolo preminente l'**interpretazione delle tabelle**. Rientrando nel particolare possiamo sicuramente affermare che lo studio dell'opinione pubblica è un processo che si articola su più fasi. La prima di queste (o una delle prime, in base alla situazione) è fondamentale e prende il nome di **campionamento**.



Il primo passo consiste sempre nello scegliere quale tipo di campione analizzare a partire da una lista di unità disponibile (definire cioè il *quadro di campionamento*), mentre il secondo riguarda il disegno e la selezione concreta di quello stesso campione. Prima di addentrarci in esempi di qualsiasi tipo è meglio definire in modo teorico alcuni concetti, che andranno a costituire il nostro vocabolario fondamentale:

- **Popolazione** → è il gruppo di cose/persone/animali/istituzioni sul quale vogliamo condurre la ricerca e quindi raccogliere informazioni. Potremmo dire che rappresenta l'intero universo del discorso della ricerca a cui facciamo riferimento. La popolazione è quindi un oggetto convenzionale, che è cioè frutto degli interessi del ricercatore;
- **Campione** → si differenzia dalla popolazione poiché ne è un sottoinsieme ed è caratterizzato dal modo in cui questa parte viene selezionata/costruita;
- **Unità di analisi** → sono gli "elementi di base" della popolazione che vogliamo analizzare, ad esempio un individuo a partire da una popolazione *classe universitaria*. Proprio per il suo legame con la popolazione essa varia in base al problema di ricerca;
- **Statistica** → è un valore che porta informazioni relative al campione, ad esempio l'età media di un campione di cittadini italiani;
- **Parametro** → si differenzia dalla statistica poiché è un valore che porta informazioni relative alla popolazione teorica che vogliamo studiare (ad esempio l'età media di una classe universitaria). Tendenzialmente un parametro non cambia mai, o perlomeno non cambia entro un certo periodo di tempo;
- **Quadro di campionamento** → è la reale popolazione di riferimento (non teorica) rispetto alla quale selezioniamo il campione, è cioè la lista di unità concretamente disponibili per essere scelte;
- **Probabilità** (frequentistica) → è di fatto il risultato di una divisione e in particolare è il numero che esprime la frequenza relativa dell'evento in un gran numero di prove precedenti tutte fatte nelle stesse condizioni. Ad esempio la probabilità che da un mazzo ben mischiato sia estratta una carta nera è $26/52 = 0,5 = 50\%$.



| Esempio | Popolazione | Campione |
|--------------------------------------|--|--|
| Sondaggi di Opinione Pubblica | Residenti negli USA, di età pari a 18 o superiore, inclusi i non cittadini e gli immigrati illegali | 1000-1500 intervistati faccia-a-faccia o per telefono |
| Current Population Survey | Tutti i 97 milioni di famiglie americane. Una famiglia è costituita da tutti gli individui che condividono gli stessi ambienti, a prescindere dai loro legami di parentela | 60.000 famiglie intervistate ogni mese |
| Nielsen TV Ratings | Tutti i 95 milioni di famiglie americane che hanno una televisione | 5000 famiglie che accettano di usare un metronomo per registrare cosa vedono alla TV i componenti della famiglia |
| General Social Survey | Adulti (età pari a 18 anni in su) che vivono in famiglia negli Stati Uniti. Non include gli adulti in istituzioni come prigioni, dormitori universitari e coloro che non parlano inglese | 1400 intervistati faccia-a-faccia o nelle loro case |
| Diritti di autore ASCAP | 53 milioni di ore di programmi di radio locale negli Stati Uniti ogni anno | 60.000 ore di registrazione |

Si noti poi come la grandezza del campione, cioè la numerosità campionaria, dipenda dal livello di precisione di generalizzazione richiesto e/o desiderato. Passiamo a questo punto ad analizzare alcuni testi che utilizzeremo come esercizi di campionamento.

Esercizio 4.1

➤ “Un membro del parlamento è interessato a conoscere se gli elettori del suo collegio sono favorevoli ad una legge per il controllo delle armi. Il suo staff gli riferisce che ha ricevuto lettere da 361 elettori del collegio e che 323 si oppongono alla legge.”

- Quest’affermazione presenta un’evidente distorsione: il risultato non può essere generalizzato alla popolazione di riferimento poiché il campione si è auto-selezionato.

Esercizio 4.2

➤ “Nel 1987, Shere Hite ha pubblicato un libro di successo, “Women and Love”. Hite distribuì 100.000 questionari a diversi gruppi di donne, facendo loro domande sul sesso, l’amore e la relazione con gli uomini. Il libro è basato sul 4,5% dei questionari che furono restituiti. Le donne che risposero erano molto arrabbiate con gli uomini. Ad esempio, il 91% di quelle che avevano divorziato risposero di essere state loro ad avviare la pratica di divorzio. La rabbia divenne il tema principale del volume.”

- In questo caso il campione non ha fornito dati affidabili poiché solamente le donne più arrabbiate, e quindi interessate all’argomento, hanno risposto e restituito il questionario.

Con **inferenza statistica** intendiamo poi quel processo per il quale generalizziamo da un qualcosa di relativo al campione all’intera popolazione, essa è detta statistica perché:

- Segue un processo di natura statistica per la generalizzazione del campione;
- È un tipo di inferenza sempre rischiosa in quanto vi è sempre un certo margine di incertezza. Ciò implica che potremmo involontariamente inferire qualcosa di non corretto a partire dalle nostre osservazioni.

ESEMPIO: Stouffer nella sua indagine chiese (Q9) “In your opinion, how likely is it that World War III will break out in the next two years?” Il 20.1% (N=839) del campione casuale nazionale rispose “very likely.” La proporzione del campione che rispose “very likely” è

$$\hat{p} = \frac{839}{4933} = 0.201$$

Il numero $\hat{p} = 0.201$ è la *statistica*. Il corrispondente *parametro* nella popolazione è la proporzione (p) di tutti gli adulti residenti degli Stati Uniti che avrebbero risposto “very likely” se la questione fosse stata chiesta loro nel 1954. Noi non conosciamo il valore p di questo parametro. Per questo usiamo la statistica \hat{p} per stimarlo.

V. Lezione 5 – 06/10/2022

“Il campionamento II”

Quando si parla di probabilità è impossibile non citare il concetto di **casualità**, cioè la peculiare caratteristica di un fatto involontario e imprevedibile, *accidentalità* (Wikipedia). Essa è inoltre un concetto allo stesso tempo “magico” e ubiquo, cioè che è presente ovunque (o perlomeno in molti

luoghi nello stesso momento). Un esempio molto noto è quello delle previsioni meteorologiche, ovvero eventi probabilistici aventi un certo margine di errore e quindi di casualità. Quest'ultima è poi spesso usata senza sapere veramente cosa succede, anche perché è noto che la probabilità in generale è un concetto controintuitivo rispetto alla mente umana. Prendiamo come esempio per quest'ultima affermazione il noto caso del **paradosso dell'ispezione**, per il quale noi esseri umani tendiamo a sovrastimare gli eventi in base alla loro distribuzione reale (e quindi a come li vediamo). Tale paradosso è tuttavia un semplice problema di aggregazione statistica che si produce sistematicamente e provoca un'esagerazione del risultato in confronto alle aspettative.

Si noti come la casualità possa essere usata come un modo per prendere delle decisioni rimuovendo l'influenza soggettiva dell'uomo. Tra le principali funzioni della casualità troviamo quindi:

- **Assicurare l'equità** (per esempio quando si seleziona un campione con la randomizzazione);
- **Prendere decisioni controverse;**
- **Conoscere la volontà divina** (soprattutto in antichità).

Nonostante queste affermazioni dobbiamo ricordare che la scoperta e soprattutto lo studio del fenomeno della casualità da parte dell'uomo sia avvenuto lentamente. È inoltre interessante osservare come la casualità sia stata rappresentata nel tempo.



Come si può vedere il caso (fortuna) viene rappresentato da una fanciulla bendata che tiene in mano un bastone sulla cui estremità vi è la ruota della sorte umana e che siede su una specie di sfera, simbolo di mutevolezza e instabilità. La sapienza/conoscenza viene invece rappresentata da una fanciulla non bendata che guarda in uno specchio la verità immediata e che siede su di un cubo, simbolo di stabilità e fermezza.

Quando affrontiamo il tema della probabilità è sempre bene ricordarsi di alcune sue caratteristiche peculiari:

- **Euristica della rappresentatività** → è quella situazione nella quale noi selezioniamo una risposta poiché la riteniamo più rappresentativa del fenomeno che stiamo osservando (ad esempio una sequenza di numeri disordinata appare più probabile rispetto a dei numeri disposti in ordine per un'estrazione al lotto), ma in realtà trattandosi di eventi indipendenti sappiamo che le due sequenze sono egualmente probabili;
- **Probabilità di eventi indipendenti** → due eventi di questo tipo non si influenzano a vicenda anche se si svolgono uno dopo l'altro (ad esempio quando effettuiamo quattro lanci di una moneta di seguito);

- **Probabilità condizionata** → è quella situazione nel quale la probabilità di accadimento di un evento varia a seconda di ciò che è successo negli eventi immediatamente precedenti (come l'estrazione di una pallina da un sacchetto lasciandola fuori dopo l'estrazione);
- **Euristica della vividezza** → è una causa di errore basata sul fatto che usualmente siamo attratti dagli eventi che ricorrono maggiormente ad esempio sui social media. Per esempio gli incidenti stradali vengono riportati ripetutamente dai giornali rispetto alla causa di morte per problemi cardiovascolari, quindi tendiamo a pensare che i primi avvengano più frequentemente dei secondi (quando in realtà è vero il contrario);

Secondo lo psicologo **Daniel Kahneman** gli errori nella selezione della risposta sono essenzialmente dovuti al fatto che quando ci troviamo davanti a situazioni complesse ricorriamo a delle scorciatoie cognitive, chiamate **euristiche**.

Pascal fu uno dei primi studiosi ad analizzare la casualità, i suoi studi ci hanno aiutato a comprendere come effettuare il processo di selezione di un campione al fine di compiere il salto inferenziale da una statistica ad un valore riferito all'universo della popolazione presa come oggetto di studio. A tal proposito introduciamo il concetto di **campionamento casuale semplice (simple random sampling)**, ovvero la forma perfetta di campionamento che richiede tuttavia l'elenco completo delle unità di analisi prese in considerazione (non facilmente reperibile in situazioni reali). Definiamo come campionamento casuale semplice di ampiezza n un campione di n unità scelte in modo tale che ogni insieme di n unità della lista di campionamento ha la stessa probabilità di essere scelto (presenta cioè **equiprobabilità**). Degli esempi di selezione di un campione casuale semplice sono:

- Estrarre un gruppo di carte da un mazzo ben mischiato;
- Usare la ruota della fortuna per estrarre una serie di numeri in modo randomico, oppure utilizzare le **tavole dei numeri casuali** le quali garantiscono che qualsiasi numero scelto ha la stessa probabilità di essere sorteggiato degli altri numeri in sequenza (verticale, orizzontale, obliqua, ecc...).

È molto importante ricordare che è sempre necessario stimare il grado di rappresentatività di un campione rispetto alla popolazione di riferimento affinché la ricerca risulti valida. Questo perché i campioni aventi stessa dimensione e selezionati a partire da una stessa popolazione non saranno mai identici. Ciò ovviamente implica che il valore della statistica ottenuta come risultato può variare da campione a campione.

ESEMPIO: Stouffer ebbe la geniale idea di chiedere a due agenzie di indagini di opinione differenti (AIPO e NORC) di condurre la stessa indagine, allo stesso tempo, usando lo stesso questionario e lo stesso quadro di campionamento. Ecco cosa trovò a proposito della percentuale di coloro che ritenevano che la WWII era "very likely."

– AIPO = 17.0% → $0.170 = 423/2483$

– NORC = 19.9% → $0.199 = 416/2450$.

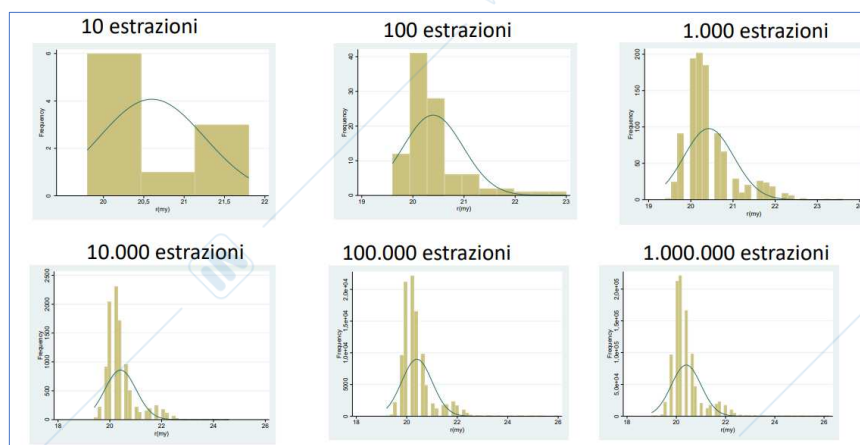
PROBLEMA: Il valore della statistica p' varia quindi da campione a campione...

La **variabilità campionaria** è quindi quel processo per il quale se io estraggo più campioni dalla stessa grandezza dalla stessa popolazione otterrò risultati diversi. Come vedremo in seguito però essa segue delle regolarità che ci permettono di capire se i risultati ottenuti a partire da due campioni diversi provengono o meno dalla stessa popolazione (procedimento inverso).

VI. Lezione 6 – 11/10/2022

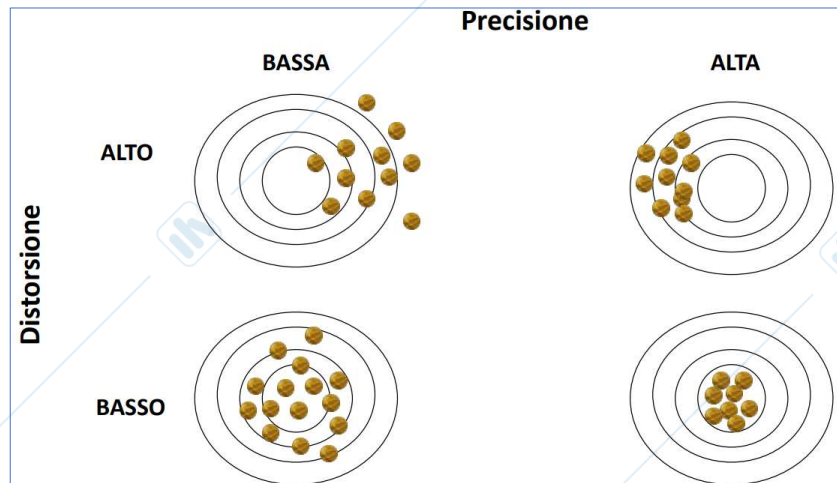
“Il campionamento III”

Chiamiamo **distribuzione campionaria (sampling distribution)** il modo in cui si distribuiscono le statistiche ottenute a partire dai vari campioni selezionati, descrive quindi quel pattern/regolarità identificabile per risolvere il problema della variabilità campionaria descritto nella lezione precedente. Questo pattern può essere calcolato/rilevato mediante vari metodi, possiamo ad esempio farlo “manualmente” attraverso l'estrazione di un numero progressivamente maggiore di campioni oppure attraverso un uso deduttivo della matematica (che utilizzeremo ma non spiegheremo).



Dai grafici notiamo come all'aumentare del numero di campioni aumenta anche la vicinanza della statistica rilevata al parametro della popolazione che speriamo di ottenere. Questi istogrammi ci forniscono inoltre l'informazione del fattore di rischio che possiamo incorrere di ottenere come risultato una statistica non precisa prendendo un campione random. Si noti comunque che a prescindere dal numero di campioni non sarà mai possibile affermare con una certezza del 100% che la statistica rilevata è uguale al parametro desiderato, nei nostri lavori infatti ci occuperemo sempre di stime e quindi proporremo *affermazioni inferenziali-statistiche* (quindi *probabilistiche*).

Ogni volta che otteniamo una stima dobbiamo poi valutare gli effetti distorsivi a cui abbiamo già accennato e in particolare possiamo valutare il rapporto fra **distorsione e precisione**. Eccone alcuni esempi generici:



Si ha mancanza di precisione quando più campionamenti ripetuti delle statistiche campionarie sono disperse intorno al valore del parametro. Le distorsioni legate al campionamento (deviazioni delle statistiche campionarie dal parametro della popolazione) dipendono dal modo in cui decidiamo di selezionare il campione, infatti usare il campionamento casuale è un modo efficiente per produrre statistiche non distorte. Si noti però come la randomizzazione non basti ad assicurare anche la precisione delle nostre stime (oltre alla non distorsione), questo ovviamente avviene perché il campione utilizzato nella pratica è solamente uno. Ci chiediamo quindi:

“Come aumentare la precisione?”

La risposta è semplice: basta aumentare la numerosità campionaria del nostro campione selezionato. Chiamiamo poi **margine di errore** un'affermazione circa la variabilità di una nostra stima e lo esprimiamo in **punti percentuali** . È importante infine prestare attenzione al fatto che la precisione di una statistica calcolata su un campione casuale non dipende dall'ampiezza della popolazione, posto che la popolazione sia molto più ampia del campione.

VII. Lezione 7 – 12/10/2022

i. “Il campionamento IV”

Strettamente legato al concetto di margine di errore è quello di **intervallo di confidenza/fiducia** (dall'inglese “*confidence*”), ovvero quell'espressione che ci indica il livello di fiducia che abbiamo nel dire un'affermazione probabilistica. Anch'esso è espresso in punti percentuali e a livello notazionale lo indicheremo come nel seguente esempio:

“Con una fiducia del 95%, la proporzione di tutti gli adulti che hanno risposto che la guerra sta andando bene cade all'interno dell'intervallo: $83\% \pm 0.03$ (Statistica \pm margine di errore).”

Sia il grado di fiducia che il margine di errore possono essere **manipolati asintoticamente** , possono cioè essere modificati senza però essere portati ai valori 0 o 100. Abbiamo già studiato il caso del **margine di errore** : esso può essere facilmente ridotto, aumentando di conseguenza la precisione, incrementando la numerosità campionaria. Per aumentare il grado di fiducia sarà invece necessario accettare un margine di errore maggiore (ci troviamo davanti ad un **trade off** , cioè di

fronte ad una scelta che avrà delle conseguenze in termini di svantaggi/vantaggi durante le fasi successive della ricerca).

La manipolazione del margine di errore non è tuttavia così semplice nel caso reale, lo si può facilmente notare nell'esempio seguente. Ci troviamo nel caso del **rendimento marginale decrescente**, ovvero quell'effetto per il quale all'aumento progressivo della numerosità campionaria non corrisponde una diminuzione lineare del margine di errore, ma anzi quest'ultimo

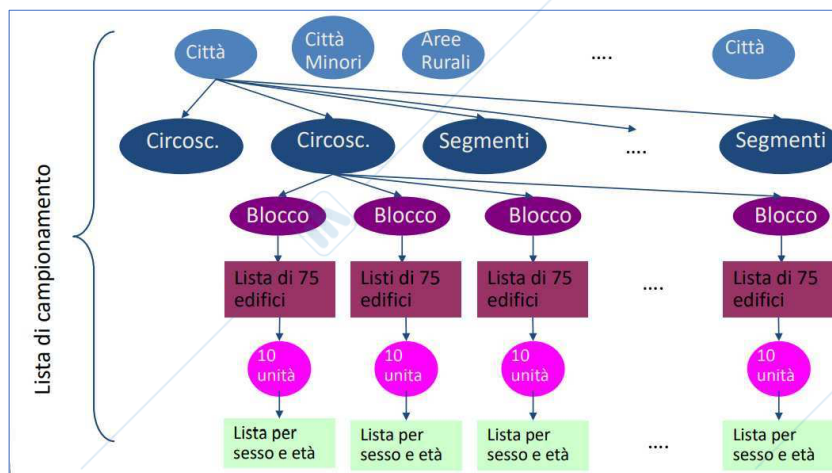
| Population percentage | Sample size | | | | | | |
|-----------------------|-------------|-----|-----|-----|-----|------|------|
| | 100 | 200 | 400 | 600 | 750 | 1000 | 1500 |
| Near 10 | 7 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| Near 20 | 9 | 7 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| Near 30 | 10 | 8 | 6 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| Near 40 | 11 | 8 | 6 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| Near 50 | 11 | 8 | 6 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| Near 60 | 11 | 8 | 6 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| Near 70 | 10 | 8 | 6 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| Near 80 | 9 | 7 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| Near 90 | 7 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 |

*The table shows the range, plus or minus, within which the sample percentage p falls in 95% of all samples. This margin of error depends on the size of the sample and on the population percentage p. For example, when p is near 60%, 95% of all samples of size 1000 will have p between 56% and 64%, because the margin of error is $\pm 4\%$.

diminuirà sempre più lentamente. Un ulteriore effetto che può essere causa di distorsione nella lettura dei risultati è quello da considerare nel caso in cui le variazioni fra due stime non superino, in punti percentuali, il valore del margine di errore. In tal caso dobbiamo infatti ricordarci che tali variazioni non sono significative in quanto contenute nel margine di errore; detto in altre parole non possiamo sapere se la variazione sia avvenuta per via del margine di errore o perché c'è stato un effettivo cambio nelle idee degli intervistati.

| ORIENTAMENTI DI VOTO: 14 OTTOBRE 2019 | | | |
|---------------------------------------|------------------|-----------------|-------|
| | Stima 14/10/2019 | Stima 7/10/2019 | Trend |
| LEGA | 33,2 | 32,3 | +0,9 |
| PARTITO DEMOCRATICO | 19,4 | 20,0 | -0,6 |
| MOVIMENTO 5 STELLE | 18,6 | 18,5 | +0,1 |
| FRATELLI D'ITALIA | 7,6 | 7,1 | +0,5 |
| ITALIA VIVA di M. Renzi | 5,3 | 5,6 | -0,3 |
| FORZA ITALIA | 5,1 | 5,0 | +0,1 |

Nonostante sia lo strumento più potente (e il più difficile da usare per via delle sue condizioni) il campionamento casuale semplice non è l'unico metodo che permette di ottenere campioni rappresentativi di una popolazione. Ovviamente dobbiamo prendere in considerazione il fatto che gli altri metodi aggiungono uno o più elementi di complessità al processo di selezione del campione, ciò renderà di conseguenza più incerte le nostre stime e aumenterà il margine di errore. Un esempio di metodi alternativi è quello del **campionamento a stadi**, nel quale i soggetti non vengono più estratti uno per uno in maniera casuale, ma una volta estratta un'unità, il campione estratto è determinato secondo un criterio ragionato.



→ Esempio di campionamento a stadi

Parlando nuovamente degli **errori di campionamento** possiamo dire che ne esistono di due tipi:

- **Errore sistematico** → è non casuale e gestibile, lo si può affrontare eliminandolo con l'utilizzo della randomizzazione;
- **Errore casuale** → è gestibile ma non eliminabile, lo si affronta attraverso un processo che ci permette di stimare il grado di affidabilità delle nostre affermazioni probabilistiche.

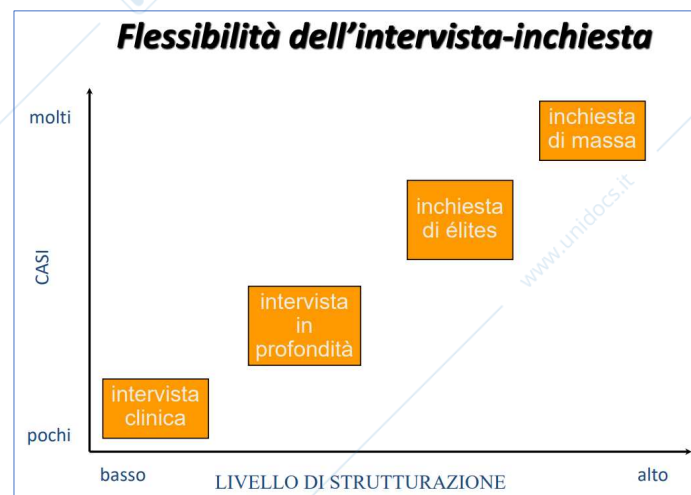
Oltre a questi errori ve ne sono altri, che tuttavia non avvengono in fase di campionamento (ma in quella di raccolta/rilevazione dei dati) e dipendono dalle diverse modalità di intervista e di costruzione del questionario.

ii. "Tipi di intervista"

Nella maggior parte dei casi lo strumento usato dai ricercatori per la raccolta dei dati è il **questionario**, mentre il metodo utilizzato è quello **dell'intervista**. Quest'ultima è sempre un' interazione/sistema microsociale poiché si basa su un'attività di contatto fra **intervistatore** e **intervistato**. Ogni intervista può quindi essere ricondotta a tre blocchi principali:

- **Ruolo dell'intervistatore** → colui che cerca informazioni mediante le sue domande;
- **Ruolo dell'intervistato** → colui che è chiamato a fornire informazioni con le sue risposte;
- **Compiti** → raccolta di informazioni comportamentali e attitudinali influenzata dalle difficoltà interne al compito stesso, come la desiderabilità sociale.

Un'intervista può essere più o meno strutturata (verificabile mediante il suo **grado di strutturazione**), l'intervistatore può cioè definire una scaletta degli argomenti da affrontare secondo un determinato ordine e in un dato tempo oppure può modificare le sue domande, il loro ordine o gli argomenti da trattare in base alle risposte dell'intervistato.



Il grado di strutturazione correla direttamente con la quantità di persone raggiunte dall'intervista, noi ad esempio ci concentreremo perlopiù sulle **indagini di massa**.

"Quali sono le modalità di somministrazione dei questionari?"

- **Con intervistatore** (egli svolge un ruolo molto importante poiché gestisce l'intera intervista):
 - ♦ **Intervista faccia a faccia (personale)**
 - ♦ **Intervista telefonica**

- Senza intervistatore (quindi siamo in presenza di auto-somministrazione):
 - ♦ **Intervista postale**
 - ♦ **Intervista via internet** (il questionario viene inviato ad esempio via e-mail)

Un'altra classificazione possibile per le diverse modalità d'intervista è la seguente:

- **PAPI** (*Pen And Pencil Interview*)
- **CAPI** (*Computer Assisted Personal Interview*)
- **CATI** (*Computer Assisted Telephone Interview*)
- **CAWI** (*Computer Assisted Web Interview*)

Ad ogni modalità corrispondono dei diversi effetti sulla ricerca, in generale possiamo però racchiudere questi effetti in tre grandi famiglie:

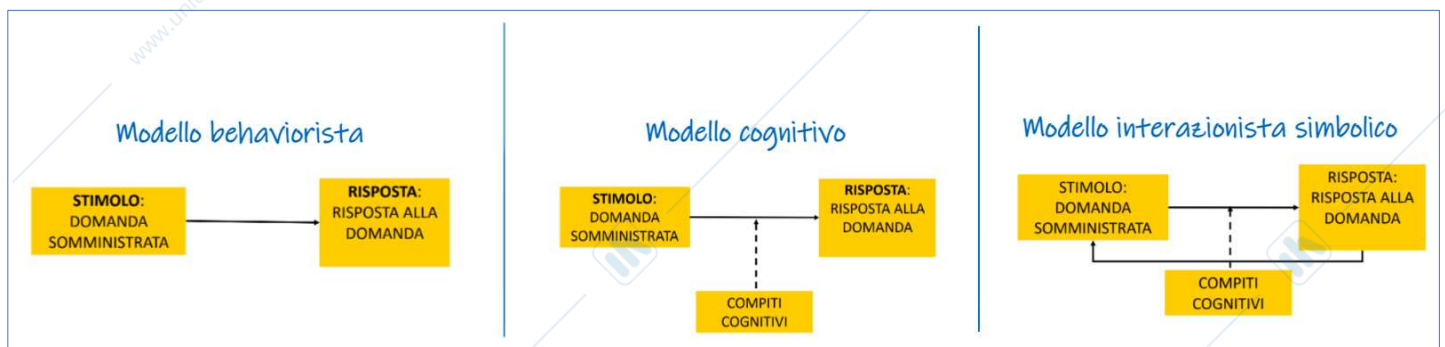
- **Impatto dell'intervistatore**
- **Impatto del mezzo**
- **Modo usato per la trasmissione dell'informazione**

VIII. Lezione 8 – 13/10/2022

“Effetti sulla ricerca durante la raccolta dati”

Impatto dell'intervistatore

Un famoso esempio dimostrato di questo tipo di effetto è quello riguardante l'etnia dell'intervistatore, vi sono cioè prove che alcuni gruppi di intervistati sono meno inclini ad accettare di essere intervistati da una persona di colore. Anche il **question wording**, ovvero quel fenomeno per il quale il modo in cui è posta/scritta una domanda influenzerà la risposta, può essere incluso in questo gruppo di effetti. Ovviamente ogni intervistatore deve rientrare e rispettare determinati canoni, definiti in base alla modalità di somministrazione utilizzata. La professionalità degli intervistatori nell'attenersi al loro ruolo può (e molto spesso viene) verificata attraverso strumenti come le chiamate di *feedback* o nuove tecnologie web. Nonostante la grande importanza che questa famiglia di effetti ha è bene rendersi conto di come, con il passare degli anni e con il cambio delle tecnologie, l'attenzione sia progressivamente passata dall'intervistatore all'intervistato e al contesto all'interno del quale l'intervista viene svolta.

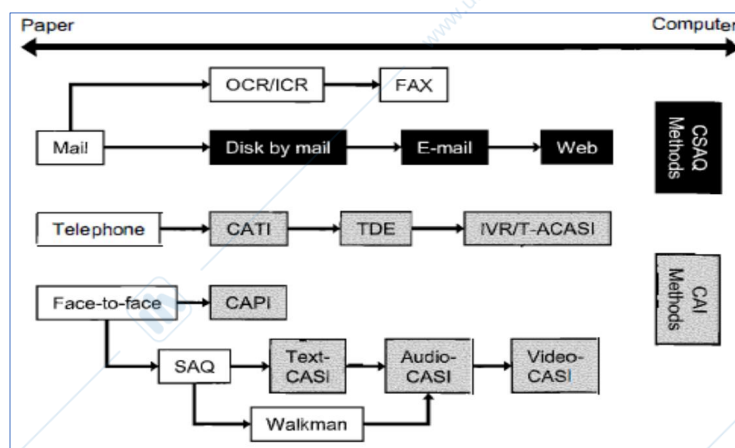


Si definisce **modello behaviorista** quello in cui l'intervista è condotta in modo "semplice", ovvero consiste solamente nella somministrazione ai soggetti di uno o più stimoli (per esempio delle domande) e si rilevano le risposte degli intervistati senza che vi sia alcuna mediazione. Con la nascita della *psicologia cognitiva* si è andato poi via via affermandosi anche il **modello cognitivo**,

nel quale è presente un “filtro” tra stimolo e risposta. Tale filtro consiste in dei compiti cognitivi che si è convinti possano essere influenzati dalle caratteristiche o dai comportamenti dell’intervistatore. L’ultimo sviluppo di questi modelli è più olistico e prende il nome di **modello interazionista simbolico**. Secondo quest’ultimo l’intervista è un’interazione microsociale assimilabile ad una conversazione e tanto più l’intervista vi assomiglia nella struttura e tanto più sarà efficiente. Da questo modello deriva ad esempio l’idea per la quale non bisogna mai considerare un questionario come un insieme di domande scollegate l’una dall’altra poiché anche l’ordine con cui esse sono presentate influirà sul modo in cui i soggetti risponderanno.

Impatto del mezzo

La presenza di questa famiglia di effetti è evidente, tanto quanto è evidente che essi variano molto in base alla modalità di intervista utilizzata. Ciò ovviamente è potenziato dall’impatto che lo sviluppo tecnologico ha avuto soprattutto negli ultimi decenni (ad esempio con il passaggio dalla carta al computer e a quello dalla posta alle e-mail). In particolare si parla di evoluzione delle tecnologie dei sondaggi:



Tra i fattori collegati al mezzo usato per l’intervista abbiamo:

- La **familiarità con il mezzo** stesso da parte dei soggetti intervistati;
- La **capacità di controllare il contesto di intervista**, per esempio controllando i tempi di risposta in modo da capire se l’intervistato sta cercando le risposte online;
- La **capacità di gestione dei silenzi**, ovvero la gestione del ritmo (non rilevante/necessario per le interviste postali o online). Ad esempio di solito se un soggetto sta troppo tempo in silenzio dopo aver sentito una domanda l’intervistatore lo ringrazia e passa alla domanda successiva, questo sia per non creare imbarazzo sia perché non bisogna mai spiegare con altre parole la domanda (vanno evitate interpretazioni personali ecc...);
- La **capacità di trasmettere fiducia** negli scopi/fini dell’indagine.

Tutti questi fattori devono essere padroneggiati al fine di mantenere alta la motivazione dei soggetti a rispondere al questionario.

“Come vengono trasmesse e come raccogliamo le informazioni in base al mezzo scelto?”

- Mediante la presentazione delle informazioni con audio e video, soprattutto nelle interviste sul web;
- Attraverso i canali di comunicazione (verbali, non verbali, paralinguistici o grafici) che possono essere più o meno rilevanti in base al mezzo;

- Regolando il flusso di intervista, ad esempio quella telefonica è molto precisa nei tempi mentre non è così quella via internet.

Modo usato per la trasmissione delle informazioni

➤ In base al metodo scelto si avrà una diversa presentazione delle informazioni (audio o video), diversi canali di comunicazione (verbali, non verbali, paralinguistici o grafici) e una diversa regolazione del flusso di intervista. **La principale conseguenza è un'alterazione della qualità delle informazioni, riassumibile in:**

| EFFETTI | FASI |
|--|-----------------------------|
| • PRESENZA/ASSENZA INTERVISTATORE | • CAMPIONAMENTO |
| • GRADO DI CONTATTO CON L'INTERVISTATO | • COPERTURA |
| • PRIVACY | • NON RISPOSTE |
| • CANALI DI COMUNICAZIONE | • EFFETTI SULLA MISURAZIONE |
| • USO E CAPACITÀ DI USO DELLE TECNOLOGIE | • COSTI |

Ovviamente non esiste una modalità ideale/perfetta di intervista, ma ogni diversa modalità presenta i suoi vantaggi e svantaggi in base al contesto. **Proprio per questo motivo ultimamente è molto comune l'utilizzo di modalità miste di intervista all'interno della stessa ricerca. La nascita di questa tipologia di modalità ovviamente è accompagnata da una complicazione della fase di raccolta dati.**

| | Postale | Faccia-a-Faccia | Telefonico | Web |
|--|--|---|--|--|
| Campionamento | Lista degli indirizzi disponibile | Ottima | Ottima se esiste lista complete dei numeri (o RDD) | Opt-in o Probabilistico |
| Copertura | Completa | Copertura quasi complete (ma cluster sampling spesso necessario) | Dipende dalla copertura telefonica | Copertura popolazione non sempre assicurata |
| Nonrisposte (Unit) | Elevato tasso di non risposte | Influenza dell'intervistatore | Tasso di non risposta abbastanza elevato | Elevato tasso di risposta |
| Misurazione (incluso item nonresponse) | Meno intrusivi, questionari semplici ma stimoli visivi possibili | Questionario lungo e complesso, con supporti vari, presenza dell'intervistatore | Questionario relativamente semplice e breve | Meno intrusivi, questionari complessi e con stimoli visivi |
| Costi | Lungo nel tempo, poco costoso, staff ridotto | Molto costoso | Costi inferiori al FTF, relativamente veloce | Veloce e a costo ridotto |

IX. Lezione 9 – 18/10/2022

“Il questionario”

Il questionario è lo strumento attraverso il quale raccogliamo informazioni la maggior parte delle volte; noi ci occuperemo in particolare di **questionari strutturati**, ovvero relativi a interviste con un altro grado di strutturazione. La fase di *costruzione del questionario* è quindi fondamentale ai fini

della raccolta dei dati e dell'intera ricerca. Porre la giusta attenzione in questa fase è essenziale per esempio per capire i processi psicologici che sottendono al modo in cui i soggetti comprendono e rispondono alle domande. Queste ultime, in una prima classificazione, si distinguono fra **domande chiuse** (prevedono risposte prefissate) e **aperte** (prevedono risposte libere) che portano entrambe vantaggi e svantaggi. Un buon uso delle domande chiuse è quello di utilizzarle come *domande di riscaldamento* all'inizio del questionario. Tra le domande chiuse possiamo effettuare distinzioni in base al numero di alternative o alla presenza o meno di **scelte multiple** (ovvero dove si può indicare più di una risposta). Talvolta in seguito ad alcune domande si tende a porre delle "domande di chiarimento" con il fine di **indirizzare** i soggetti verso un tema più preciso, di maggiore interesse per la ricerca. In questo modo si cerca di ottenere delle stime migliori degli argomenti di interesse, per esempio nel caso in cui si sospetta che gli intervistati possano non essere sinceri (l'**anonimato** potrebbe non bastare a farli sentire al sicuro nel rispondere onestamente).

Le domande aperte pongono il problema di dover essere analizzate (**post codifica**), ovviamente tenendo conto del linguaggio utilizzato dall'intervistato. Inoltre varie persone potrebbero codificare le risposte in modo diverso in base alla loro soggettività. Tra le domande chiuse invece possiamo effettuare classificazioni:

- **In base al numero di alternative** → possono essere **dicotomiche** ("sì/no" oppure "accordo/disaccordo" + "non so/non rispondo") o **molteplici**. Secondo alcuni studiosi le domande con solamente due alternative di risposta sono le migliori perché rassomigliano il comune sentire (e fare) della gente. Per quanto riguarda le domande con più alternative di risposta lo strumento più famoso è sicuramente la **scala Likert**, una scala graduata e ordinata entro la quale il soggetto deve inserire la sua risposta (può prevedere 5, 7 o 10 modalità). La scala Likert genera in uscita una **variabile ordinale** in quanto essa consente di confrontare due risposte in termini di maggioranza o minoranza, pur non sapendo quantificare la differenza fra di loro;
- **Domande filtro** → dividono gli intervistati in gruppi a seconda del modo in cui rispondono e li indirizzano in diverse "direzioni", ad esempio saltando alcune domande ("Se ha risposto sì alla precedente domanda chiedi perché"). Questa tipologia di domande ha da un lato il vantaggio di evitare domande irrilevanti per certi soggetti e dall'altro quello di poter porre domande diverse a gruppi di soggetti che hanno risposto in un certo modo;
- **Scelta singola vs scelta multipla**.

X. Lezione 10 -19/10/2022

"Formulazione e ordine delle domande"

Come abbiamo già detto qualche lezione fa la **formulazione delle domande** influenza le risposte (**problema del question wording**), ovvero provoca delle distorsioni di due tipologie:

- **Distorsioni volontarie** → che sono cioè intenzionali da parte di chi costruisce il questionario;
- **Distorsioni involontarie** → possono essere dovute ad esempio ad una scarsa attenzione o alla poca abilità di chi costruisce il questionario;

Un esempio di distorsione volontaria è il **framing**, ovvero quell'effetto per il quale le persone sono fortemente influenzate dagli elementi messi a fuoco dalle domande.

Lei è favorevole o contrario ad una azione militare in Iraq per terminare il regime di Saddam Hussein

- FAVOREVOLI: 68%
- CONTRARI: 25%

Lei è favorevole o contrario ad una azione militare in Iraq per terminare il regime di Saddam Hussein. Anche se ciò significasse che le forze americane possano subire migliaia di perdite

- FAVOREVOLI 43%
- CONTRARI: 48%

→ Esempio di framing

Nella domanda "Sei soddisfatto di come va la scuola oggi o ritieni che il legislatore si debba far carico di promuovere una riforma della scuola che la renda più moderna e rispondente alle sfide lanciate dalla società odierna?" si nota l'assenza di bilanciamento di spazio fra "soddisfazione" e "insoddisfazione". Inoltre proprio la formulazione della domanda spinge l'intervistato verso una direzione ben precisa ("Chi non vorrebbe una scuola migliore?!") determinando già a priori quale sarà la risposta più gettonata. Anche l'uso di poche parole diverse all'interno di una stessa domanda può provocare grandi effetti sulle risposte, ad esempio in media i soggetti intervistati valuteranno più negativamente il verbo "proibire" rispetto a "non consentire", nonostante non vi siano differenze semantiche fra i due. Fra le **distorsioni involontarie** troviamo invece:

- **Domande doppie** → all'interno delle quali si chiede ai soggetti intervistati un'opinione rispetto a due argomenti diversi. In fase di codifica diventa perciò difficile capire se l'intervistato, ad esempio, è d'accordo con la prima o la seconda affermazione. Una volta rilevata la presenza di una domanda doppia basterà dividerla in due domande distinte;
- **Presenza di ambiguità** → vanno usati i giusti termini e il corretto vocabolario in riferimento sia al tema trattato che ai soggetti intervistati. Ad esempio nella domanda "Quanto spesso fai esercizio?" risulta opportuno definire cosa si intende con esercizio;
- **Manca di riferimento temporale** → si nota facilmente come sia praticamente impossibile capire secondo quali criteri i soggetti potrebbero rispondere alla domanda "Con che frequenza legge il giornale? Frequentemente, raramente o mai?". In assenza di un riferimento temporale preciso ogni persona può infatti interpretare in modo diverso le diverse opzioni di risposta disponibili;
- **Presenza di assunti impliciti** → questi devono essere evitati. Ad esempio se poniamo la domanda "Con quali dei seguenti gruppi si identifica? neri, indiani ...?" dobbiamo anche tenere presente che qualcuno potrebbe non identificarsi in uno di questi gruppi o che l'identificazione con un gruppo possa implicare l'appartenenza anche ad un altro.

Oltre alla formulazione delle domande anche il loro **ordine** è fondamentale in quanto produce effetti rilevabili sulle risposte. Il questionario va infatti sempre visto come una dinamica unica e per la precisione andrebbe associato ad una conversazione.

| | | |
|--|--------------------------------------|--------------------------------------|
| Giornalista comunista: Lei ritiene che gli Stati Uniti dovrebbero lasciar entrare i giornalisti comunisti di altri paesi e far inviare ai loro giornali le notizie così come le vedono loro ? | | |
| Giornalista americano: Lei ritiene che un paese comunista come la Russia dovrebbe lasciar entrare i giornalisti americani e far inviare ai loro giornali in America le notizie così come le vedono loro ? | | |
| | % SI giornalista comunista | % SI giornalista americano |
| Giornalista comunista chiesto prima | 36% | 66% |
| Giornalista americano chiesto prima | 73% | 90% |

→ Esempio di effetto provocato dall'ordine delle domande

Guadando l'esempio notiamo che in base a quale sia la prima domanda proposta nel questionario l'intervistato viene inserito in un contesto diverso che condiziona i suoi atteggiamenti. Esistono tuttavia delle regole generali che ci consentono di ottenere il maggior numero di risposte sincere da parte degli intervistati, mantenendo inoltre il loro livello di attenzione nei confronti del questionario. Tali regole sono:

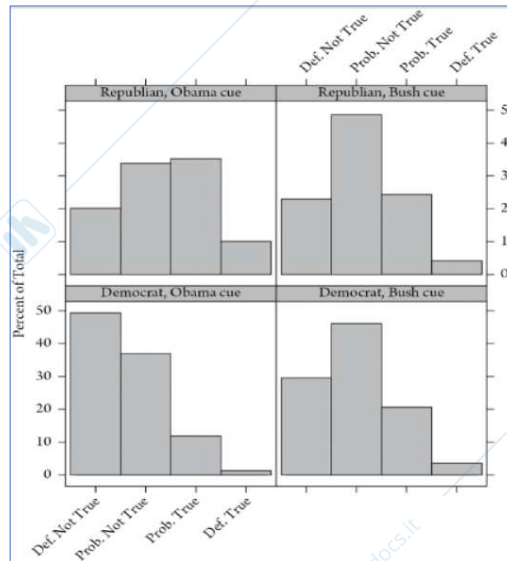
- Mettere le domande che riguardano temi delicati in fondo al questionario;
- Porre per prime le domande più semplici;
- Porre il prima possibili le domande le cui info sono utili per le domande successive;
- Variare la lunghezza ed il tipo delle domande, cioè il loro **formato**. Anche quest'ultimo ha infatti effetti rilevanti sulle risposte.

Off topic...

➤ Il **cospirazionismo** è un fenomeno reale e quindi complesso, per misurarlo non basta cioè una sola domanda (un indicatore) ma ne serviranno di più. In ogni caso per quanto riguarda il cospirazionismo esistono due teorie:

- *Cospirazionismo specifico (situazione)* → in cui le credenze cospirazioniste di un soggetto riguardano un tema ben preciso, ad esempio sulla morte di lady Diana;
- *Cospirazionismo generale (predisposizione)* → indica invece la tendenza di alcuni soggetti a credere a tutte le idee cospirazioniste che sentono.

Collegato al concetto di affidabilità è il **party cue**, ovvero quell'effetto per il quale si tende a credere a delle notizie (o a non credere loro) in base a quale figura importante le ha riportate (ad esempio un politico).



→ Esempio di party cue

Esiste un modello che permette di capire cosa accade nella mente delle persone quando devono rispondere ad una qualsiasi domanda. Esso si divide in più fasi:

1. **Comprendere la domanda;**
2. **Ricordare o calcolare una risposta** (questa fase può essere influenzata da giudizi personali o conoscenze preesistenti nel soggetto intervistato);
3. **Formattare la risposta;**
4. **Editare la risposta** (necessaria ad esempio quando il soggetto crede che la sua iniziale risposta non sia socialmente accettabile).



XI. Lezione 11 – 25/10/2022

“Modello di risposta ad una domanda”

Riprendiamo il modello spiegato nell’ultima lezione, esaminando nel dettaglio le diverse fasi e portando degli esempi concreti. È importante inoltre dire che **tale modello ci permette di individuare le debolezze del nostro questionario e, di conseguenza, di apportare delle modifiche in modo da renderlo più efficace.**

1) Comprensione della domanda

La comprensione di una qualsiasi domanda, e la seguente generazione di un'opinione, da parte degli intervistati riguarda sempre due diversi livelli: il suo **significato letterale** ed il suo **significato pragmatico**. Nel primo caso ci riferiamo ad esempio al tema (generale o specifico) che viene trattato dalla domanda, si va quindi a ricercare la conoscenza degli intervistati. A tal proposito alcuni studiosi si sono interrogati sulla possibilità che formulare una domanda in modo che essa sia più vicina alla cultura dell'intervistato (ad esempio usando il suo dialetto) ottenesse risultati migliori. Tuttavia è stato deciso che è preferibile puntare alla standardizzazione dello stimolo-domanda piuttosto che alla totale comprensione dello stesso al fine di una ricerca attendibile. Tutto ciò non è scontato in quanto l'accessibilità ai termini del lessico dipende direttamente dalla loro frequenza d'uso, perciò porre una domanda contenente termini ricercati potrebbe costituire un ostacolo all'intervista-questionario. In modalità di intervista come quella telefonica viene infatti usato il **tasso di latenza** (numero di secondi necessari al soggetto per rispondere) come indicatore della complessità della domanda. Per quanto riguarda il significato pragmatico ci riferiamo invece a tutto ciò che ha a che fare con la logica dell'intervista-conversazione (abbiamo già detto che ogni intervista è associabile ad una conversazione). Un caso noto in questo senso riguarda ad esempio le **assunzioni di significatività**, ovvero il fatto che gli intervistati faranno di tutto per capire quale informazione specifica l'intervistatore vuole ricavare da ogni domanda ("Cosa vuole sapere da me?").

| | | | |
|---|-------|---|-------|
| <i>Congress has been considering the Agricultural Trade Act of 1978. Do you favor or oppose the passage of this act? ¹</i> | | <i>Some people say that the 1975 Public Affairs Act should be repealed. Do you agree or disagree with this idea? ²</i> | |
| Favor | 19 | Agree | 16 |
| Oppose | 11 | Disagree | 18 |
| DK (volunteer) | 69 | DK (volunteer) | 67 |
| Total | 100 | Total | 100 |
| (N) | (387) | (N) | (467) |

→ Esempio di assunzione di significatività – Nel secondo quesito si fa riferimento ad una legge mai esistita

Questo tipo di influenza del questionario sull'intervistato avviene anche con il già citato fenomeno del **framing** [Riferimento: Lezione 10], il quale si presenta anche quando la domanda posta fa riferimento ad un evento mai esistito (e quindi inventato di sana pianta). Sempre sul significato pragmatico possiamo dire che elementi come il numero di alternative di risposta può aiutare l'intervistato a inferire la risposta esatta, nel caso di *domande conoscitive*, o comunque quella più adatta al suo pensiero. Il significato pragmatico, infine, deve essere valutato rispetto alla *logica della conversazione* di **Grice**: **quantità** ("Non essere reticente o ridondante"), **qualità** ("Sii sincero, e fornisci informazione veritiera secondo quanto sai"), **relazione** ("Sii pertinente") e **modo** ("Evita l'ambiguità").

Esempio 1: Uso di parole tecniche

“La riforma costituzionale prevede il superamento del bicameralismo paritario e l'attribuzione della maggior parte delle funzioni legislative ad una sola Camera.”

Rispetto a questa misura, lei è...?"

A prescindere dalle modalità di risposta previste da questa domanda si nota che un grande problema per la comprensione della domanda stessa da parte dell'intervistato è quello dell'utilizzo del termine tecnico *bicameralismo paritario*, che potrebbe non essere conosciuto da tutti. Per risolvere questo problema basterà aggiungere a parte la spiegazione del termine, ad esempio:

"Bicameralismo paritario: La Camera dei deputati ed il Senato della Repubblica hanno gli stessi poteri."

Esempio 2: Mancanza di contesto (temporale o di altro tipo)

▶ *"Lei è favorevole o contrario alla riduzione del numero dei senatori?"*

La precedente domanda è ambigua in quanto non specifica a quale taglio dei senatori si riferisce, inoltre non permette di capire se fa riferimento ad uno specifico taglio dei senatori o a qualcosa di più generale. Anche in questo caso per risolvere l'ambiguità sarà semplicemente necessario specificare meglio di cosa stiamo parlando:

"Lei è favorevole o contrario alla riduzione del numero dei senatori da 315 a 100?"

Per quanto riguarda invece un esempio di mancanza di contesto temporale si noti che la domanda *"Qual è il telegiornale che lei abitualmente vede di più?"* non permette di capire come interpretare l'avverbio *"abitualmente"*.

Esempio 3: Domanda ambigua

- ▶ *"Secondo alcuni l'esito del referendum avrà conseguenze per l'economia del nostro paese. Secondo altri il referendum non avrà alcun effetto sulla nostra economia. Quale delle due posizioni è più vicina alla sua?"*
- *L'esito del referendum si rifletterà sull'immagine dell'Italia nel mondo*
 - *Il referendum non produrrà alcun effetto sull'immagine dell'Italia del mondo*
 - *Non saprei/Non rispondo"*

La domanda precedente è ambigua in quanto non fa riferimento né all'esito (vittoria del sì o vittoria del no) del referendum né al tipo di conseguenze prese in considerazione (positive o negative). Per risolvere questo problema dovremo dividere in due domande più specifiche e mirate il precedente quesito, ad esempio:

"Passiamo ora ad esaminare i possibili effetti per la nostra economia del referendum costituzionale del 4 dicembre. Secondo lei, se vincesse il Sì e la riforma fosse approvata, ciò avrebbe effetti negativi, positivi o nessun effetto per l'economia italiana?"

"E se vincesse il No e la riforma non fosse approvata, ciò avrebbe effetti negativi, positivi o nessun effetto per l'economia italiana?"

Esempio 4: Domande molteplici

- ▶ Questo problema non è altro che una generalizzazione di quello delle domande doppie [Riferimento: Lezione 10], per cui la risoluzione sarà la stessa. Sarà perciò necessario scomporre in più domande il quesito di partenza in modo tale da avere ogni domanda che richiede una risposta ad uno specifico tema.

2) Ricordo o calcolo della risposta

La prima domanda da porsi in questa fase è se sia presente nella memoria dell'intervistato un giudizio pre-esistente e quindi disponibile per essere usato come risposta o come base per la sua costruzione. In caso di risposta affermativa l'obiettivo sarà quello di richiamare alla memoria tale giudizio, altrimenti la risposta dovrà essere creata nel momento stesso della conduzione dell'intervista. Nel primo caso la capacità di richiamare alla memoria un giudizio varia molto in base al tipo di giudizio richiesto, che può essere un comportamento o un atteggiamento.

| DISPONIBILITÀ SI (RICHIAMO) | OGGETTO | |
|--------------------------------|--|---|
| | ATTEGGIAMENTO | COMPORAMENTO |
| | - Importanza personale - Gradi di esperienza personale - Domande precedenti (accesso temporaneo) | - Importanza personale e frequenza (bassa/alta) - Regolarità |
| NO (CREAZIONE) | - Accessibilità temporanea (recenza) - Accessibilità cronica (frequenza) - Integrazione in una più ampia struttura conoscitiva | |

Quella stessa capacità è inoltre influenzata fortemente dal contesto di intervista, come abbiamo già visto nel caso di un diverso ordine delle domande [Riferimento: Lezione 10]. In ogni caso è necessario specificare che nel caso della creazione da zero di una risposta questa difficilmente avviene a partire da una forte ideologia dell'intervistato che lo porta a produrre un risultato in linea con i suoi veri valori, ma molto più spesso la creazione da zero parte da ciò che l'intervistato ha sentito recentemente o frequentemente (anche all'interno del questionario stesso).

3) Formattazione della risposta

Riguarda l'adattamento della risposta pensata dall'intervistato al contesto di intervista ed in particolare alle possibilità di risposta. Riportiamo come esempio un caso in cui un diverso numero di modalità di risposta disponibili ha un effetto sui risultati, ad esempio:

Suppose they do set up a plan to provide workers with unemployment and health benefits through royalty payments. Who should manage the fund: the companies, the government or the union?

| Answers | 3 choices ^a | 7 choices ^b |
|--------------------------|------------------------|------------------------|
| Government | 33% | 18% |
| Union | 18 | 4 |
| Companies | 18 | 13 |
| Companies and Union | 7 | 18 |
| Companies and Government | 1 | 8 |
| Companies and Union | 1 | 5 |
| All three | 6 | 21 |
| No opinion | 16 | 13 |
| Total | 100 | 100 |

15% (for 3 choices)
52% (for 7 choices)

Esempio 1: Problemi di formato



“Lei andrà a votare al referendum costituzionale?”

- Sì
- No
- Non ho ancora deciso
- Non saprei/Non rispondo”

“E ha già deciso come votare?”

- Voterò Sì, per confermare la riforma
- Voterò No, per respingere la riforma
- Voterò scheda bianca/nulla
- Non ho ancora deciso
- Non rispondo”

La seconda domanda presenta notevoli errori di formattazione in quanto prevede solamente le risposte di coloro che sono certi di cosa andranno a votare e non, ad esempio, quelle di chi è sicuro di andare a votare, probabilmente voterà il “Sì” ma non ne è sicuro. Per risolvere questo problema dovremo aggiungere più modalità di risposta coerenti con le intenzioni degli intervistati:

“E ha già deciso come votare?”

- Voterò certamente Sì, per confermare la riforma
- Voterò probabilmente Sì, per confermare la riforma
 - Sono incerto se votare Sì oppure No
- Voterò probabilmente No, per respingere la riforma
- Voterò certamente No, per respingere la riforma
- Voterò scheda bianca/nulla
- Non ci ho ancora pensato
- Non rispondo”

4) Editing della risposta



Consiste nel valutare la modifica della propria risposta precedentemente formattata rispetto all’idea iniziale e può essere dovuto a due fattori:

- **Desiderabilità sociale** → riguarda le risposte che vengono ritenute più gradite in rapporto al clima sociale presente nel momento dell’intervista e alle aspettative dell’intervistatore. Inoltre, come abbiamo già spiegato precedentemente, quando un soggetto non ha opinioni forti nei confronti di un determinato tema è più probabile che egli risponda di essere in accordo con un’affermazione piuttosto che in disaccordo;
- **Minaccia** → riguarda la paura e/o il rischio dell’intervistato nel rispondere in un certo modo, ad esempio le persone che fanno abitualmente uso di sostanze stupefacenti o che evadono le tasse difficilmente forniranno informazioni compromettenti su di loro e per questo la loro categoria è spesso sottorappresentata nei risultati dei questionari.

Per risolvere questo tipo di problemi, ovvero per controllare e migliorare la qualità del nostro questionario esistono una serie di tecniche, che sfruttano anche alcuni concetti propri della **psicologia cognitiva**:

1. Costruzione della domanda in modo corretto;
2. Sfruttare valutazioni da parte di esperti;
3. Affidarsi alle domande altrui, ovvero a modelli testati in molti altri questionari e che risultano efficaci;
4. Codifica dell’interazione fra intervistato e intervistatore, ad esempio con la già citata gestione dei silenzi.

Sempre sulla valutazione della risposta sono stati studiati dei protocolli verbali, ad esempio per verificare come gli intervistati hanno interpretato una domanda si chiede loro di ragionare ad alta voce durante il loro processo di elaborazione della risposta (**thinkaloud**). In questo caso si provoca tuttavia uno stato di artificialità in quanto l'intervistato viene avvertito sull'importanza dei ragionamenti che compie per raggiungere alla risposta. Un'altra soluzione per verificare come una domanda è stata interpretata è l'utilizzo del **probing**, ovvero si chiede esplicitamente all'intervistato di spiegare come ha ragionato per rispondere. A differenza del thinkaloud la richiesta di spiegazione viene fatta dopo che l'intervistato ha risposto.

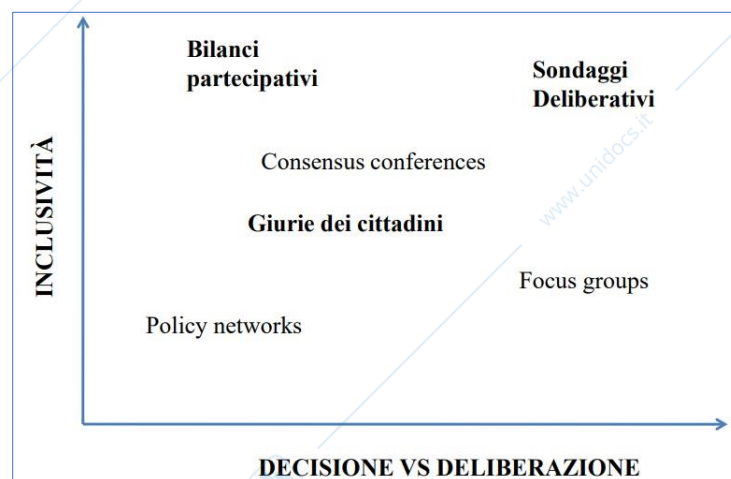
| PRO | CONTRO |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Mancanza di distorsioni indotte dall'intervistatore • Minima necessità di «allenare» l'intervistatore • Formato delle domande «aperto» | <ul style="list-style-type: none"> • Necessità di «allenare» l'intervistato • Resistenza da parte dell'intervistato • Onere della risposta cade sull'intervistato • Tendenza a deviare dal compito • Distorsioni nel processo di gestione delle informazioni |

→ Pro e Contro del thinkalouds

XII. Lezione 12 – 26/10/2022

“Strategie alternative di studio dell'opinione pubblica I”

Fra le strategie alternative di studio dell'opinione pubblica troviamo:



Focus groups

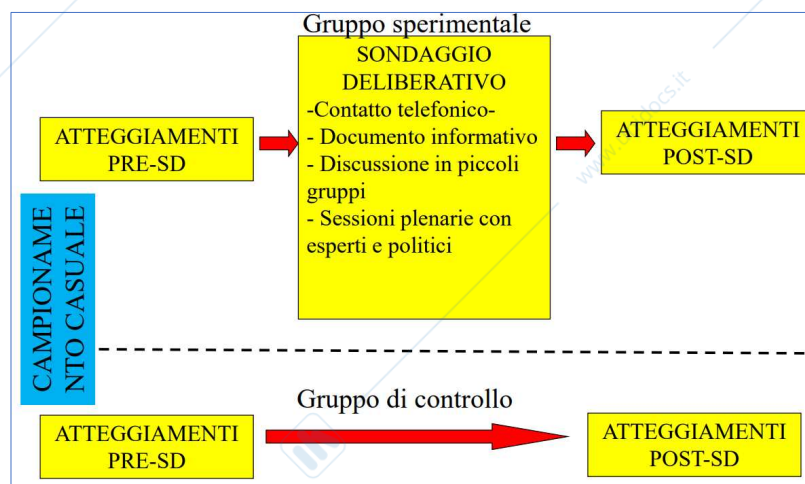
➤ I focus group, molto usati sia nel marketing che in ambienti politici, non sono altro che gruppi di soggetti raccolti fisicamente nello stesso luogo in cui discutono in merito a temi specifici. Proprio per questa loro natura essi favoriscono i momenti decisionali (che riguardano il giudizio) e deliberativi e tentano di spiegare i modi in cui gli individui ragionano. Ogni gruppo viene osservato attraverso strumenti come schermi monodirezionali e telecamere e controllato da un **moderatore**

avente il compito di non far andare fuori tema il discorso generale del gruppo. I partecipanti devono soddisfare determinati requisiti: non devono conoscersi fra loro e vengono scelti in un numero piuttosto basso (da cui la non rappresentatività della popolazione di cui fanno parte). L'obiettivo di ogni focus group è quello di rispondere a domande specifiche e a tal fine vengono effettuate delle registrazioni audio e video. Ricapitolando:

- **Punti di forza** ⇒ i focus groups assicurano il coinvolgimento delle persone e forniscono la raccolta di informazioni utili in maniera non strutturata;
- **Punti deboli** ⇒ non sono altro che delle conseguenze inevitabili dei loro punti di forza. I focus groups necessitano infatti di un altissimo livello di lavoro, soprattutto nell'analisi dei loro risultati. Questi ultimi non sono poi generalizzabili all'intera popolazione di riferimento e per questo motivo vengono spesso combinati con la somministrazione dei classici questionari.

Sondaggio deliberativo

Questo strumento accorpa i vantaggi del focus group e dei sondaggi d'opinione, consiste infatti nel far discutere un campione rappresentativo della popolazione di riferimento su di un tema di interesse pubblico dividendo tale campione in tanti piccoli gruppi di discussione. Molto spesso questa tipologia di studio dell'opinione pubblica si è fatta carico di sperimentare il modo in cui le persone accrescono la loro conoscenza se adeguatamente informate e poi lasciate discutere liberamente con altri individui. Si tratta cioè di un tipo di **esperimento contro-fattuale**, basato cioè sul verificare cosa sarebbe successo in una data situazione se le cose fossero andate diversamente (in questo caso come avverrebbero i discorsi pubblici se tutti i cittadini venissero adeguatamente informati). Durante il sondaggio deliberativo vi sono quindi una gran quantità di fattori da prendere in considerazione: la componente rappresentativa, la componente di discussione, l'interazione moderata, la possibilità di interagire con esperti del tema trattato e la presenza di un **gruppo di controllo** (in quanto esperimento).



I moderatori sono presenti anche in questa modalità, tuttavia hanno un ruolo diverso: se nei focus group il loro compito è quello di far rispettare il tema di interesse, nei sondaggi deliberativi essi devono favorire la discussione libera dei soggetti anche se questi dovessero andare fuori tema. L'uso di **materiali informativi** è poi fondamentale al fine di presentare in modo chiaro le informazioni e le argomentazioni ai soggetti. Per garantire la partecipazione è necessario assicurarsi l'interesse e la fiducia dei soggetti tramite strumenti funzionali (incentivi, chiamate

periodiche, copertura mediatica pre-evento e/o siti internet). Anche gli spazi devono rendere facile e piacevole la discussione, usando ad esempio colori caldi e posizionando i partecipanti in tavoli rotondi in modo da non dare l'idea di una gerarchia fra i parlanti (non c'è il cosiddetto capotavola). Prima e dopo della discussione vengono somministrati i questionari in modo da verificare l'eventuale modifica delle opinioni.

In fase di valutazione dei risultati dei sondaggi deliberativi si è osservato un generale aumento del livello di informazione, anche se ciò non porta ad un significativo cambio degli atteggiamenti in merito al tema di riferimento (un caso esemplare è stato quello dello studio condotto sui movimenti No TAV).

XIII. Lezione 13 – 27/10/2022

i. “Strategie alternative di studio dell’opinione pubblica II”

Online community

➤ Non è altro che una piattaforma online che permette di fare le stesse cose del sondaggio deliberativo e che nasce per sopperire ai problemi organizzativi ed economici propri di quest'ultimo. In Italia sono state usate delle online communities in casi noti, come quello della piattaforma *Rousseau* usata dal partito *M5S*, e il loro utilizzo ha anche aiutato nel tempo la penetrazione di Internet nelle famiglie. Esso è inoltre uno strumento molto supportato anche dalle istituzioni europee al fine di superare il problema del **deficit democratico**, ovvero dell'allontanamento fra popolo e istituzioni o dalla politica in generale. Anche all'interno delle online communities sono presenti dei moderatori e di solito esse durano più tempo rispetto ai sondaggi deliberativi per via della loro possibilità di svolgersi ovunque. Il dialogo fra le persone avviene mediante delle videochiamate o attraverso la scrittura di post. La moderazione in questo caso avviene in forma centralizzata e ha il compito di assicurarsi che lo scambio di informazioni avvenga in modo civile ed equilibrato (tutti devono aver parlato almeno una volta). Anche in questo caso comunque l'obiettivo è quello di verificare se il processo di discussione porta ad un cambio d'opinione e/o ad un accrescimento conoscitivo.

Tweets e Social media

➤ Alcuni studiosi pensano che analizzando ciò che viene pubblicato sui social media ci sarà una facilitazione del lavoro di misurazione dei sentimenti delle persone. Altri pensano che analizzando i tweet sia possibile ottenere una stima molto più precisa delle attuali indagini di opinioni sulle stime dei risultati alle votazioni politiche. Questa forza che viene attribuita ai social media può essere quindi sfruttata attraverso un'analisi del contenuto [Riferimento: Lezione 3] generato dagli utenti. I social media vengono poi usati, ad esempio, anche per verificare e prevedere i movimenti migratori di massa e permettono l'instaurazione di un dialogo aperto “a due strade”.

Per quanto riguarda i trend futuri (che in realtà sono già abbastanza attuali) di studio dell'opinione pubblica possiamo dire che ci sarà:

- una sempre maggiore prevalenza di questionari e interviste online (quindi auto-somministrate);
- un passaggio da input e output verbali a input e output visuali e tattili;

- una sempre maggiore prevalenza di raccolta di informazioni attraverso lo smartphone;
- un passaggio da *misure discrete* a *misure continue*, ad esempio attraverso strumenti di monitoraggio dello stato di salute (per esempio con la misurazione della frequenza cardiaca);
- un passaggio dai metadati ai paradatai (dati organici vs dati “disegnati”).

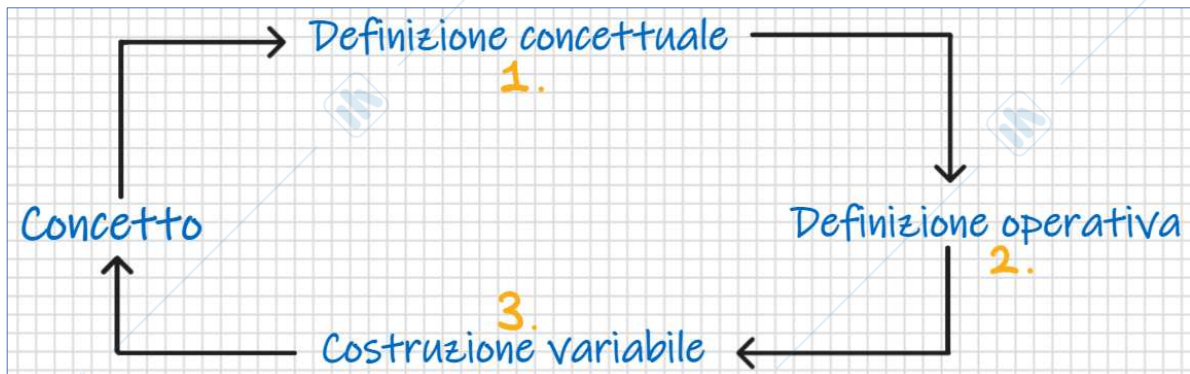
Queste future tendenze presentano ovviamente delle conseguenze, sia positive che negative, come ad esempio il fatto che il processo di raccolta dei dati sarà sempre più efficiente sia per quantità che per qualità. Inoltre i dati raccolti saranno sempre in numero maggiore in quanto molti di essi saranno **dati passivi** e nasceranno nuove possibilità di confronto. Uno dei principali problemi sarà tuttavia *l'affaticamento da prestazione*, ad esempio i membri di un panel di somministrazione di questionari online diventeranno via via sempre più degli utenti esperti (a rispondere alle domande) e non risulteranno quindi più rappresentativi della popolazione. Esistono poi ovviamente anche grandi **problemi di privacy**, poiché chi invia i dati non ne ha poi il controllo. Infine vi sarà sempre una maggiore difficoltà nel riuscire a capire se le risposte date da un questionario sono frutto di un ragionamento fatto da un essere umano o dalla logica di un'intelligenza artificiale (IA).

ii. “Cos'è una variabile?”

La prima domanda che un qualsiasi ricercatore (o studente) dovrebbe porsi una volta superata la fase della raccolta dei dati, e quindi raggiunta quella successiva **dell'analisi dei dati**, dovrebbe essere: “*In che forma ci arrivano i dati dopo che essi sono stati raccolti?*”. Se lo strumento utilizzato nella fase precedente è stato il questionario allora sicuramente le risposte ai vari quesiti verranno formattate in output all'interno della cosiddetta **matrice dati**. Essa non è altro che una matrice di **righe x colonne**: alle prime corrispondono i **casi** (cioè ognuno dei nostri singoli intervistati), mentre alle seconde le **variabili** (ad ogni domanda del questionario corrisponde una variabile). Per leggere ogni matrice dati, ovvero per comprenderne il contenuto, deve essere usato il relativo **libro codice** che serve a spiegare nel dettaglio a cosa corrisponde ogni colonna e come interpretare le diverse modalità ad essa associate (ovvero le **celle** della matrice).

| | | Ascisse: Variabili | | | | | | |
|----------------|-----|--------------------|-----------------|-----------------|-----|-----|-----|-----------------|
| | | X ₁ | X ₂ | X ₃ | ... | ... | ... | X _n |
| Ordinate: Casi | 1 | X ₁₁ | X ₁₂ | X ₁₃ | ... | ... | ... | X _{1n} |
| | 2 | X ₂₁ | X ₂₂ | X ₂₃ | ... | ... | ... | X _{2n} |
| | 3 | X ₃₁ | X ₃₂ | X ₃₃ | ... | ... | ... | X _{3n} |
| | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| | N | X _{N1} | X _{N2} | X _{N3} | ... | ... | ... | X _{Nn} |

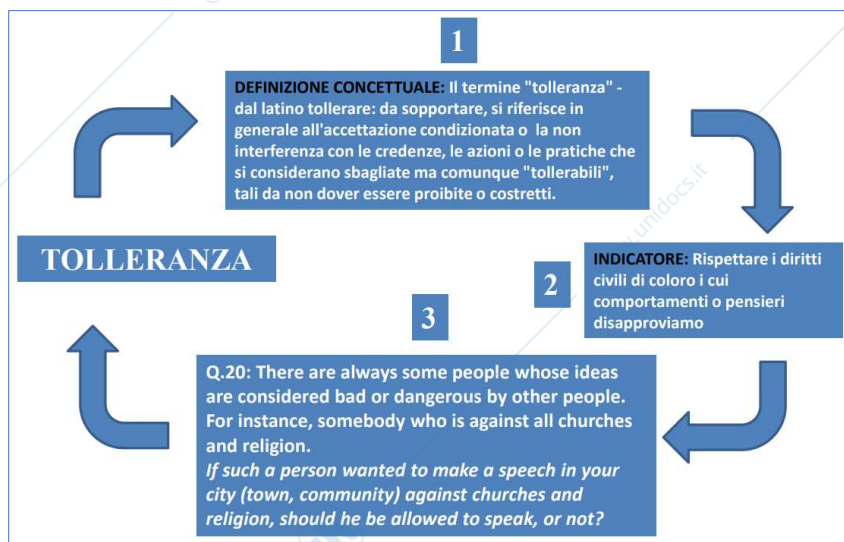
Le variabili vengono costruite in seguito ad un processo di misurazione (**processo di operazionalizzazione**) che consiste nel passaggio che effettuiamo in ambito di ricerca da un **concetto** ad una variabile.



I concetti si distinguono in base alla loro **dimensionalità**, ovvero all'informazione che ci permette di capire se un concetto corre lungo un solo asse o su più di uno:

- **Unidimensionali** (come l'altezza o l'età);
- **Multidimensionali** (ad esempio l'intelligenza, che è una combinazione di abilità logico-matematiche e abilità verbali).

All'interno del processo di operazionalizzazione per passare da una **definizione concettuale** ad una **definizione operativa** è sempre necessario costruire degli **indicatori**, ovvero dei concetti più semplici, specifici, traducibili in termini osservativi, che sono legati al concetto generale da quello che è chiamato **rapporto di indicazione**. Si noti che un indicatore è "preciso" se ci consente di discriminare con esattezza quanto della proprietà analizzata possiedono due casi differenti.



Una volta terminato il processo di operazionalizzazione otteniamo quindi in output una variabile, cioè un "qualcosa che varia" e che ci permette di misurare il concetto di partenza (ovvero un fenomeno reale). **Ogni variabile presenta almeno due proprietà fondamentali, che definiscono la precisione della sua misurazione. Esse sono:**

- **Precisione informativa** → La capacità di rilevare informazioni mediante distinzioni il più possibile dettagliate e concrete sui casi esaminati, ad esempio chiedere all'interno di un

questionario l'età raggruppata in classi ("dai 20 ai 25 anni" ad esempio) o l'anno di nascita porta ad una precisione diversa;

- **Portata informativa** → quantità di informazione contenuta in ciascuna variabile e indicatore utilizzati.

È possibile poi distinguere le variabili, in base al loro livello di misurazione, in tre grandi tipologie:

- **Variabili nominali** → permettono solamente una forma di classificazione dei soggetti in gruppi/categorie che sono mutualmente esclusivi, ovvero un soggetto può appartenere ad una ed una sola classe in un preciso momento. Un esempio di questa tipologia di variabile potrebbe essere quella che divide i sistemi elettorali fra maggioritari e proporzionali;
- **Variabili ordinali** → non solo permettono di discriminare i soggetti, ma danno anche modo di ordinare le loro risposte. Possiamo cioè sapere se la caratteristica che vogliamo da loro studiare sia più o meno presente rispetto ad altri soggetti, avremo perciò l'informazione dell'ordine ma non la quantità della differenza fra le posizioni ordinate. La variabile che indica lo status socio-economico è un chiaro esempio di variabile ordinale. Questa tipologia di variabile è inoltre quella che otterremo usando una *scala di accordo-disaccordo*, anche se alcuni psicologi hanno nel corso degli anni tentato vari metodi per trasformare tali risultati in variabili quantitative;
- **Variabili quantitative (o cardinali)** → permettono di sapere anche quanto di una proprietà è posseduto da ciascun caso, ne è un esempio classico l'età.

A livello di ricchezza informativa e di precisione vale il seguente ordine:

quantitative > ordinali > nominali

Durante la fase di analisi dei dati è possibile passare da sinistra verso destra nell'ordine precedente, seppur sacrificando irrimediabilmente alcune informazioni.

| NOMINALE | ORDINALE | QUANT. |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ➢ è valido <u>un solo criterio di classificazione</u> ➢ le <u>categorie</u> devono essere <u>esaustive</u>: tutti i casi considerati devono poter essere classificati e nessuno può restare fuori ➢ le <u>categorie</u> devono essere <u>mutuamente esclusive</u>: nessun caso può essere assegnato a più di una classe | <ul style="list-style-type: none"> ➢ come per le scale nominali + le <u>categorie</u> possono essere <u>ordinate lungo un continuum</u> ➢ è valida la <u>proprietà transitiva</u>: se il caso A è maggiore di B lungo il <u>continuum</u>, e B è maggiore di C, allora A è maggiore di C | <ul style="list-style-type: none"> ➢ come per le scale ordinali + <u>unità di misura</u> |
| <ul style="list-style-type: none"> • Sesso (maschio/femmina) • Religione (cristiani/musulmani) • Preferenza partitica (Ds/An/Forza Italia/ecc.) | <ul style="list-style-type: none"> • Status socio-economico (alto-medio-basso) • Atteggiamenti (<i>scala Likert</i>: grado di accordo/disaccordo su una scala da 1 a 5) | <ul style="list-style-type: none"> • Reddito (in €) • Età (in anni) • Atteggiamenti (<i>scala Thurstone</i>: misurazione su valori di scala ad intervalli uguali) |

→ Tabella riassuntiva sulla classificazione delle variabili

Glossario:

- **Teoria** → insieme di affermazioni interrelate su come funziona il mondo, che suggeriscono perché le cose vanno in un certo modo;
- **Ipotesi** → affermazione circa la relazione fra due o più variabili;

- **Variabile indipendente** → la variabile che si ipotizza essere la causa di una variazione in un'altra variabile (quella dipendente);
- **Variabile dipendente** → la variabile la cui variazione si ipotizza dipenda, o sia comunque influenzata, da un'altra variabile (quella indipendente).

XIV. Lezione 14 – 03/11/2022

“Ipotesi e distribuzioni di frequenza”

Abbiamo già detto che un'ipotesi è un'affermazione circa la relazione fra due o più variabili, possiamo perciò rielaborarla come una frase del genere:

“Se x avviene, allora ne seguirà y”

La direzione intrapresa dall'ipotesi è sempre quella che va dalla variabile indipendente, passa per l'affermazione causale e raggiunge la variabile dipendente. Un esempio pratico di ipotesi può essere il seguente: *“Se il livello di istruzione aumenta, allora aumenterà anche il reddito”*. Può nascere spontaneo chiedersi come si scelga quale sia la variabile indipendente e quale quella dipendente prima di costruire un'ipotesi. Molte volte bastano la logica ed il buon senso a farci capire *“quale variabile venga prima”* (l'età può influenzare l'esperienza, ma non è possibile il viceversa), mentre altre volte dobbiamo operare una scelta sulla base della costruzione di una nostra personale teoria coerente con gli obiettivi di ricerca.

| IPOTESI | Variabile Indipendente | Variabile Dipendente | SE...ALLORA |
|---|------------------------------|---------------------------------|--|
| Più elevato è il reddito, maggiore è il rischio di frode | REDDITO | RISCHIO DI FRODE FISCALE | SE il reddito è elevato, ALLORA la frode fiscale è più probabile |
| Italiani con un basso livello di efficacia politica è meno probabile che votino | EFFICACIA POLITICA | TURNOUT ELETTORALE | SE l'efficacia politica politica è bassa, ALLORA il voto è meno probabile. SE l'efficacia politica politica è alta, ALLORA il voto è più probabile. |
| Il conservatorismo politico aumenta con il reddito | REDDITO | CONSERVATORISMO POLITICO | SE il reddito aumenta, ALLORA il conservatorismo politico aumenta |
| Il livello di istruzione aumenta la tolleranza politica | LIVELLO DI ISTRUZIONE | TOLLERANZA POLITICA | SE il livello di istruzione aumenta, ALLORA la tolleranza politica aumenta |

→ Esempi di ipotesi

Esistono varie tipologie di ipotesi:

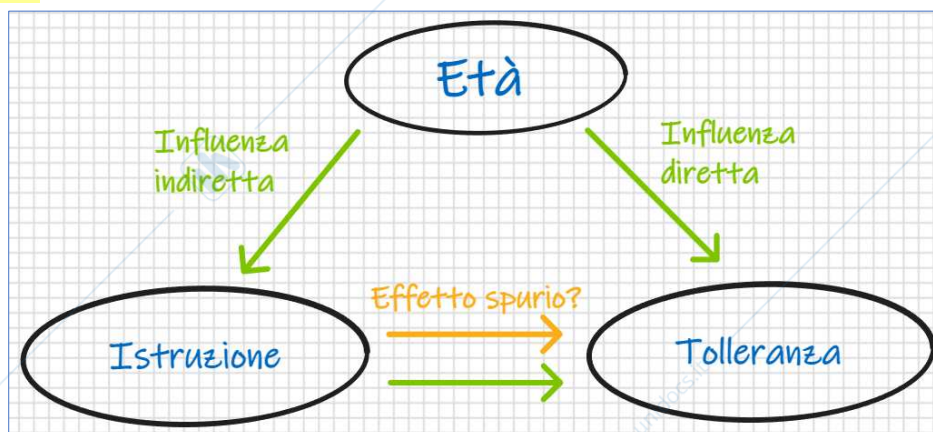
- **Non direzionale** → è la forma più semplice di ipotesi in quanto non specifica la direzione della variazione, ad esempio *“L'età influisce il cinismo politico”* oppure *“L'età e il cinismo politico sono collegati”*;
- **Direzionale:**
 - ♦ **Positiva** → quando affermiamo che al crescere di una variabile ne cresce anche un'altra (*“Se il livello di istruzione aumenta, allora aumenterà anche il reddito”*), oppure che al

diminuire della prima diminuisca anche la seconda (“Al diminuire del livello di istruzione diminuisce la tolleranza”);

- ◆ **Negativa** → quando affermiamo che al crescere di una variabile un'altra diminuisce (“Al crescere del reddito diminuisce la probabilità di commettere crimini contro la proprietà privata”), oppure viceversa.
- **Nulla** → affermazione circa l'assenza di relazione fra due variabili, ad esempio “Non vi sono cambiamenti significativi nelle abitudini lavorative delle persone se dormono 8 o 9 ore”;
- **Alternativa (o inversa)** → non è altro che un'affermazione che tenta di ribaltare l'ipotesi nulla, quest'ultima serve ai fini della ricerca solamente per essere confutata. Riprendendo l'esempio di ipotesi nulla precedente la sua alternativa associata potrebbe essere “Vi è un incremento delle abitudini lavorative delle persone se dormono 8 ore anziché 9”.

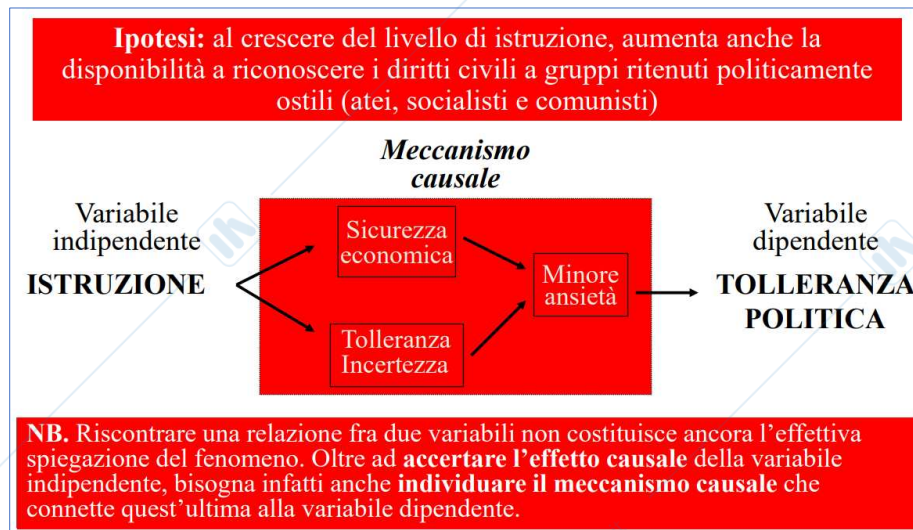
Dire che il compito delle indagini d'opinione è la spiegazione di fenomeni reali è come dire che dobbiamo identificarne le cause. Per stabilire però l'esistenza di una relazione causale fra due variabili dobbiamo costruire un'affermazione causale che soddisfi quattro condizioni:

- **Associazione** → l'occorrenza di A (variabile indipendente) è connessa all'occorrenza di B (variabile dipendente);
- **Non spuria** → la relazione tra A e B non deve cioè essere dovuta ad una terza variabile, ad esempio:



Si è dimostrato che in questo caso non siamo in presenza di una *relazione spuria* in quanto la relazione tra istruzione e tolleranza non si annulla se si tiene sotto controllo l'età.

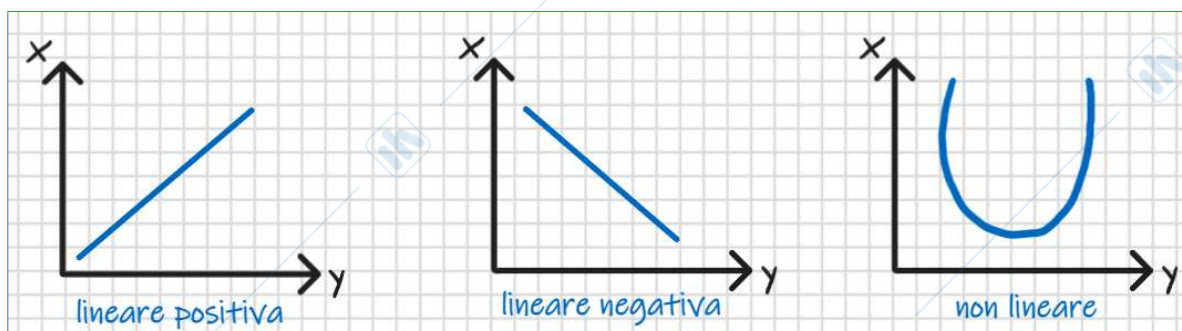
- **Sequenza temporale** → Come si è detto nella prima parte della lezione va individuata o scelta la direzione della relazione, ad esempio:
 $Istruzione \Leftrightarrow Tolleranza$ oppure $Tolleranza \Leftrightarrow Istruzione$
- **Meccanismo causale** → va individuato in quanto è ciò che connette A con B, è cioè quel meccanismo che implica dei ragionamenti sottesi a rendere valida la relazione fra le due variabili. In altre parole il meccanismo causale è quella serie di eventi governati da regolarità in forma di legge che conducono dall'explanans (una o più leggi di copertura e condizioni iniziali) all'explanandum (fenomeno da spiegare). Ad esempio:



È bene specificare che, anche se tutte e quattro le condizioni sono soddisfatte, l'affermazione circa una relazione causale che abbiamo costruito manterrà un certo *margin*e di incertezza.

Più in generale esistono diversi tipi di relazioni tra variabili, essi sono:

- **Relazione diretta** → la variabile indipendente (x) influenza direttamente la variabile dipendente (y), ad esempio:



- **Relazione spuria** → quando z precede concettualmente, e quindi influisce con la stessa intensità, sia su x che su y;
- **Relazione reciproca** → in cui oltre alla relazione classica (x influenza y) anche la variabile dipendente può influenzare quella indipendente;
- **Relazione indiretta** → in cui vi è presenza di una terza variabile e in particolare può essere:
 - ♦ **Moderata** → z modera la relazione fra x e y (le fa cioè cambiare valore), ad esempio quando essa cambia in base al genere maschile o femminile dei soggetti;
 - ♦ **Mediata** → quando x influisce su z, che a sua volta influisce su y.

Una **distribuzione di frequenza** è l'informazione circa il numero di casi che ricadono entro ogni modalità di risposta nel campione preso come oggetto di studio. Per costruire una distribuzione di frequenza è opportuno seguire i passaggi qui riportati:

- 1) Ordinare i casi;
- 2) Calcolare quante volte una certa categoria si trova tra i casi osservati (**frequenza assoluta**);
- 3) Calcolare la proporzione/percentuale di casi in ciascuna categoria (**frequenza relativa**).

A volte è utile conoscere quanti casi sono uguali o al sotto di una certa categoria, a tal fine è stata definita la **distribuzione di frequenza cumulata**, che mostra la frequenza (o la percentuale) di casi ad un certo intervallo o sotto di esso.

| 28. CON QUALE FREQUENZA HA PARLATO DI POLITICA NEGLI ULTIMI DUE MESI? | Freq. | Percent | Cum. |
|---|-------|---------|--------|
| Mai | 219 | 14.52 | 14.52 |
| Qualche volta | 531 | 35.21 | 49.73 |
| Una volta alla settimana | 151 | 10.01 | 59.75 |
| Qualche volta alla settimana | 349 | 23.14 | 82.89 |
| Tutti i giorni | 254 | 16.84 | 99.73 |
| Non sa | 4 | 0.27 | 100.00 |
| Total | 1,508 | 100.00 | |

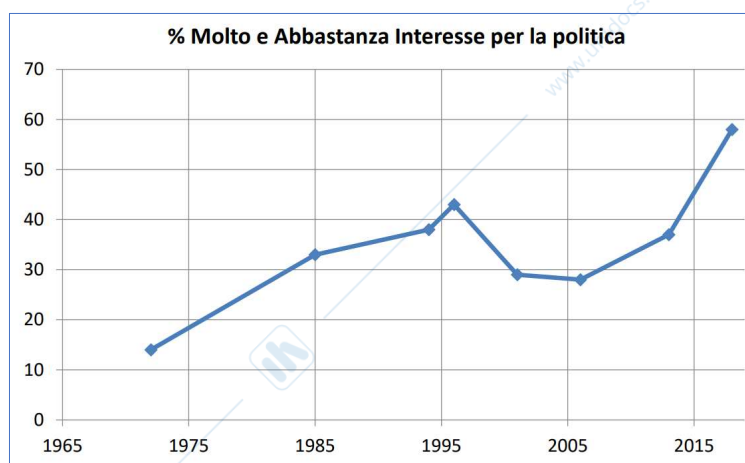
→ Esempio di frequenza assoluta, percentuale e cumulata

XV. Lezione 15 – 08/11/2022

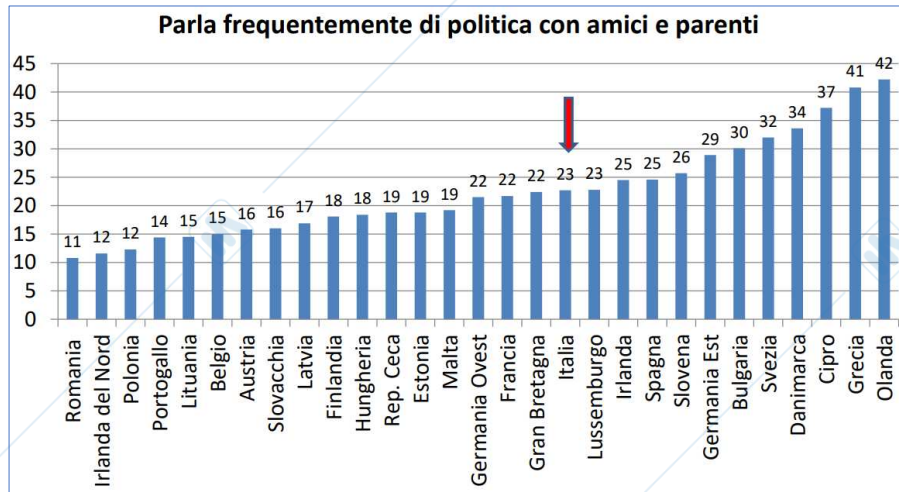
“Metodi per il confronto dei dati”

Le distribuzioni di frequenza non sono che il punto di partenza per una qualsiasi analisi dei dati raccolti in una ricerca, in particolare poi le frequenze cumulate permettono di combinare assieme più modalità di risposta, aumentando in questo modo le possibilità di confronto dei dati ottenuti con altri simili. L'interpretazione di un dato, da cui sarà poi possibile inferire ulteriori informazioni, passa quindi sempre attraverso il confronto. Quest'ultimo può avvenire in quattro modi:

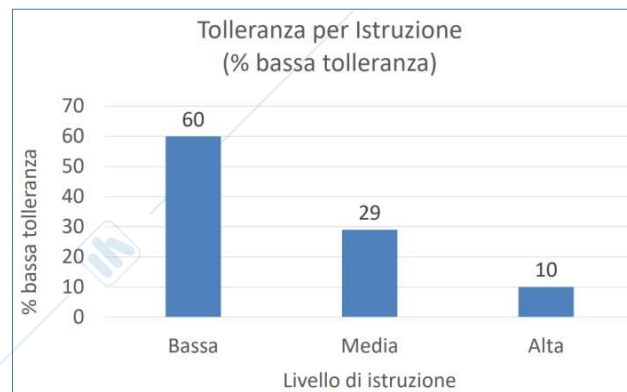
- **Comparazione nel tempo con dati simili/analoghi** → l'andamento nel tempo del **trend** di un fenomeno ci permette di capire se è dinamico (e quindi spesso soggetto a variazioni) oppure costante. Attraverso di essa possiamo poi rilevare se la quantità del fenomeno oggetto di studio rilevato fra i parlanti è in crescita (*trend positivo*), in decrescita (*trend negativo*) o è un caso misto. Per esempio:



- **Comparazione nello spazio (geografico)** → l'andamento nello spazio ci permette di capire se i nostri risultati sono in linea con quelli di aree geografiche analoghe (paesi, regioni, ecc...) o se si posizionano agli estremi. Ad esempio:



- **Comparazione per sottogruppi** (detti **sottogruppi di comparazione**, ad esempio per genere, età, ecc...) → l'andamento di questo confronto ci permette di vedere come variano i valori dei fenomeni d'interesse all'interno della popolazione. Per esempio:



- **Comparazione con dati ottenuti da domande che analizzano lo stesso fenomeno in modi diversi ma analoghi** → deve tenere conto del formato delle domande prese in considerazione, oltre che la classificazione delle variabili da esse ottenute (nominali, dicotomiche, ordinali, ecc...), in modo che risultino confrontabili.

IPSOS, 23 MARZO 2022

| Secondo lei cosa dovrebbe fare in definitiva il governo italiano riguardo al conflitto in Ucraina? | % |
|--|------------|
| appoggiare la richiesta ucraina di istituire una "no-fly zone" per impedire all'aviazione russa di volare sul territorio ucraino | 12% |
| proseguire con l'invio di armi ed equipaggiamenti alle forze armate ucraine | 10% |
| mantenere le sanzioni economiche approvate contro la Russia | 28% |
| ritirare le sanzioni economiche e proporsi nel ruolo di mediazione tra le parti in conflitto | 28% |
| non saprei | 22% |

EMG, 1° MARZO 2022

| È d'accordo con l'invio di armi all'Ucraina da parte dell'Italia? | % |
|--|------------|
| Si | 37% |
| No | 44% |
| Non Risponde | 19% |

SWG, 29-31 MARZO 2022

| Lei è favorevole all'invio di armi all'Ucraina da parte dell'Italia? | % |
|---|-----------|
| Molto | 22 |
| Abbastanza | 20 |
| Poco | 15 |
| per nulla | 41 |
| Non so/non intendo rispondere | 2 |

→ La seconda e la terza domanda sono analoghe per quanto riguarda la misurazione del fenomeno, mentre la prima no poiché permette di scegliere (in modo mutualmente esclusivo) anche fra questioni che non riguardano l'invio di armi

Questi metodi di fatto ci permettono di inserire i nostri dati all'interno di un più ampio contesto ad essi coerenti, fornendoci in questo modo informazioni maggiori sul fenomeno studiato e permettendoci di sviluppare ulteriori spunti interpretativi (argomenti plausibili) da verificare successivamente.

XVI. Lezione 16 – 09/11/2022

i. "Le tabelle di contingenza"

Chiamiamo **tabella di contingenza** (o **tabella a doppia entrata**) uno strumento usato per la sintetizzazione dei dati e per la comparazione di distribuzioni di frequenza, le quali vengono in altre parole "messe le une accanto alle altre". Ogni tabella ha la stessa struttura di base: sono sempre indicate la variabile indipendente (nelle colonne) e quella dipendente (nelle righe) e deve essere letta dall'esterno verso l'interno ("principio del carciofo"). Anche se noi ci atteniamo all'organizzazione sopra riportata, per la quale la variabile indipendente è posizionata nelle colonne e quella dipendente nelle righe, è possibile che esse siano registrate nel modo opposto (da questa scelta dipenderà ovviamente una diversa lettura della tabella). Per identificare praticamente dove sia posizionata la variabile indipendente in una tabella basterà verificare quali marginali (di riga o di colonna) formano il 100% (o l'unità in generale). I **marginali** sono la somma di ciascuna colonna (per i **marginali di colonna**) e di ciascuna riga (per i **marginali di riga**). Le **modalità** sono invece le combinazioni possibili fra le due variabili, sono situate nelle **celle** più interne della tabella.

| | | VARIABILE INDIPENDENTE | | |
|----------------------|----------------------|------------------------|------------------|-------------------|
| | | Valore 1 | Valore 2 | Marginali di riga |
| VARIABILE DIPENDENTE | Valore 1 | Cella 1-1 | Cella 1-2 | Totale riga 1 |
| | Valore 2 | Cella 2-1 | Cella 2-2 | Total riga 2 |
| | Marginali di colonna | Totale colonna 1 | Totale colonna 2 | Totale casi |

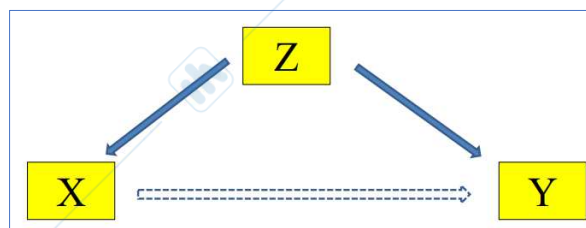
In fase di lettura dei dati è di fondamentale importanza ricordarsi che, se la variabile indipendente è posizionata nelle colonne, il confronto fra i dati deve essere fatto per riga, ovvero fra le diverse modalità della variabile indipendente all'interno dello stesso valore della variabile dipendente. Una volta inseriti i dati nelle tabelle di contingenza è importante chiedersi il perché delle relazioni trovate, ovviamente nel caso in cui ne sia stata effettivamente trovata almeno una.

| | 2013 | | 1968 | |
|------------------------------|-------|-------|--------|--------|
| | Uomo | Donna | Uomo | Donna |
| Poco o nessun interesse | 56 | 70 | 85 | 97 |
| Molto o abbastanza interesse | 44 | 30 | 14 | 3 |
| Non Risponde | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0 |
| Totale | 100 | 100 | 100 | 100 |
| (N) | (752) | (756) | (1242) | (1258) |

Una complicazione alla lettura della tabella potrebbe essere l'introduzione di una terza variabile. Nell'esempio riportato, in particolare, notiamo che la relazione fra interesse politico e genere sussiste anche a distanza di anni. A differenza di ciò che potremmo comunemente pensare, notiamo poi che la distanza fra l'interesse politico del genere maschile rispetto a quello femminile è maggiore in tempi recenti.

ii. "Controllo per terza variabile"

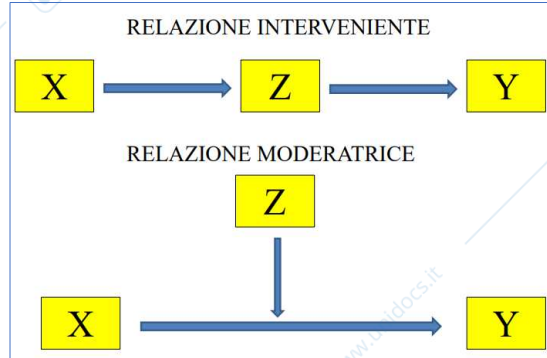
Ricordiamo che una relazione si dice **spuria** quando una terza variabile influisce come causa su entrambe le variabili individuate precedentemente come dipendente (y) e indipendente (x) di una relazione bivariata.



Per controllare che una relazione non sia spuria è necessario introdurre una terza **variabile di controllo (test factor - z)**, controllando la sua variazione infatti scopriremo che se la relazione è spuria allora la relazione bivariata iniziale scomparirà. Fino ad ora abbiamo infatti sempre

considerato relazioni dirette, ovvero in cui variabile indipendente e dipendente sono direttamente collegate. Tra le relazioni cosiddette indirette troviamo poi:

- **Relazione interveniente** → z interviene nel processo causale (passaggio intermedio) fra variabile indipendente (causa) e dipendente (effetto);
- **Relazione moderata** → z svolge il ruolo di moderatore, la relazione fra x e y viene cioè modificata al variare di z.



Per verificare se queste relazioni sono presenti o meno dobbiamo anche affidarci, ovviamente, all'interpretazione delle tabelle, la cui struttura ovviamente si complicherà in seguito all'introduzione della terza variabile. Per esempio:

| | | VARIABILE DI CONTROLLO | | | |
|----------------------|----------|------------------------|-------------|-------------|-------------|
| | | Valore 1 | | Valore 2 | |
| | | VARIABILE INDIPENDENTE | | | |
| | | Valore 1 | Valore 2 | Valore 1 | Valore 2 |
| VARIABILE DIPENDENTE | Valore 1 | Cella 1.1.1 | Cella 1.2.1 | Cella 1.1.2 | Cella 1.2.2 |
| | Valore 2 | Cella 2.1.1 | Cella 2.2.1 | Cella 2.1.2 | Cella 2.2.2 |
| | TOTALE | Totale 1.1 | Totale 1.2 | Totale 2.1 | Totale 2.2 |

“Come tenere sotto controllo una relazione?”

Un buon modo è con la *classificazione in sottogruppi*, si creano cioè tanti sottogruppi quante sono le modalità della variabile di controllo e si esamina la relazione bivariata di partenza per ciascuno di tali sottogruppi (che devono per questa ragione essere omogenei). Un esempio potrebbe essere la comparazione del livello di tolleranza dei giovani con quello degli anziani, a parità di livello di istruzione.

XVII. Lezione 17 – 15/11/2022

“Esempi relazione spurie, intervenienti e antecedenti”

Esempio 17.1 – Relazione spuria

► Studiamo la relazione fra stato civile (semplificato in “sposati” e “non sposati”) e il consumo regolare di dolci. Dai dati notiamo che passando da single a sposati il consumo di dolci diminuisce.

| | | STATO CIVILE | |
|------------------|--------------|----------------|---------------|
| | | Sposati | Non sposati |
| CONSUMO DI DOLCI | Regolare | 63% | 75% |
| | Non regolare | 37% | 25% |
| | TOTALE | 100% (2010) | 100% (999) |

| | | ETÀ | | | |
|------------------|--------------|----------------|---------------|-----------------|---------------|
| | | Fino a 25 anni | | 25 anni e oltre | |
| | | STATO CIVILE | | | |
| | | Sposato | Non sposato | Sposato | Non sposato |
| CONSUMO DI DOLCI | Regolare | 81% | 79% | 58% | 60% |
| | Non regolare | 19% | 21% | 42% | 40% |
| | Totale | 100% (503) | 100% (799) | 100% (1507) | 100% (200) |

Tuttavia, controllando per la terza variabile “età”, è evidente come la differenza fra consumo di dolci e stato civile si assottigli notevolmente fino quasi a sparire. Ciò che risulta essere invece rilevante è la differenza del consumo di dolci fra i più giovani e i soggetti con età superiore a 25 anni. Poiché l’età influisce sia sul consumo di dolci (come abbiamo appena osservato) che sullo stato civile (le persone sposate sono molte meno fra i più giovani) possiamo affermare che la relazione è spuria.

Esempio 17.2 – Relazione indiretta (con variabile interveniente)

► Analizziamo la relazione fra assenteismo dal lavoro fra le donne e il loro stato civile. Dalla prima tabella vediamo che l’assenteismo aumenta fra le donne sposate rispetto a quelle single.

| | | STATO CIVILE (DONNE) | |
|-------------|--------|----------------------|----------------|
| | | Non Coniugate | Coniugate |
| ASSENTEISMO | Si | 2.3% | 6.4% |
| | No | 97.7% | 93.6% |
| | TOTALE | 100% (10560) | 100% (6496) |

| | | ONERI CASALINGHI | | | |
|-------------|--------|------------------|----------------|----------------|----------------|
| | | Elevati | | Scarsi o nulli | |
| | | STATO CIVILE | | | |
| | | Sposato | Non sposato | Sposato | Non sposato |
| ASSENTEISMO | Si | 7.0% | 5.7% | 2.2% | 1.9% |
| | No | 93.0% | 94.3% | 97.8% | 98.1% |
| | TOTALE | 100% (5680) | 100% (1104) | 100% (816) | 100% (9126) |

Controllando per la terza variabile “oneri casalinghi” notiamo che la relazione iniziale mantiene la stessa direzione e diminuisce. Essa subisce però una diminuzione tale da annullarsi solamente nel caso in cui gli oneri casalinghi siano scarsi o nulli. Abbiamo in questo modo dimostrato che gli oneri casalinghi influiscono sull’assenteismo, tuttavia per trovarci nella situazione di una relazione spuria essi dovrebbero influire anche sullo stato civile (insensato perché la quantità di lavoro da svolgere in casa non è discriminante nella scelta di sposarsi o meno). Sappiamo tuttavia che è vero il contrario, cioè che lo stato civile influisce sugli oneri casalinghi (una donna sposata avrà più

lavori domestici da svolgere rispetto a quando è single). Ci troviamo quindi di fronte ad una relazione indiretta con variabile interveniente. La relazione iniziale si è cioè complicata: un passaggio causale intermedio si è aggiunto fra la variabile “stato civile” e quella “assenteismo dal lavoro”.

“Come distinguere quando una relazione è spuria da quando è interveniente?”

1. Esaminare il numero di casi per riga rispetto a ciascuna modalità. Quando il rapporto fra i totali di ciascun gruppo o modalità della variabile di controllo è uguale, ciò significa probabilmente che la relazione è spuria. Quando invece il rapporto non è uguale, allora la variabile di controllo probabilmente interviene fra variabile indipendente e dipendente;
2. Se la relazione tra variabile di controllo e variabile indipendente è reversibile (se cioè la direzione di causalità può essere invertita indifferentemente fra le due variabili) allora siamo in presenza di una relazione spuria. Altrimenti, se la freccia di causalità può solo andare dalla variabile indipendente a quella di controllo e non viceversa, è più difficile sostenere che la variabile di controllo possa influenzare quella indipendente (si tratterebbe in questo caso di variabile interveniente).

Esempio 17.3 - Relazione antecedente

➤ Analizziamo infine la relazione, in tempo di seconda guerra mondiale, fra la conoscenza di amici rinvii dal fronte e l’atteggiamento verso il rinvio. Si nota subito che conoscere amici non rinvii piuttosto che rinvii diminuisce l’atteggiamento secondo il quale le persone dovrebbero essere rinviate.

| | Conosce amici rinvii | |
|-------------------------------|----------------------|------------------|
| | Amici rinvii | Amici non rinvii |
| Atteggiamento verso il rinvio | | |
| Non dovrebbe essere rinvio | 63% | 94% |
| Dovrebbe essere rinvio | 37% | 6% |
| Totale | 100% (1819) | 100% (1818) |

Controllare per la terza variabile “livello di istruzione” potrebbe farci capire se la relazione iniziale è spuria. Si noti che sappiamo a priori che l’istruzione non può essere una variabile interveniente in quanto non è possibile che la conoscenza di amici rinvii o meno possa definire il livello di istruzione di un individuo. Potremmo tuttavia trovarci in presenza di una **variabile antecedente** rispetto a quella indipendente. Affinché ciò accada devono tuttavia essere rispettate le tre seguenti condizioni:

- Tutte e tre le variabili (indipendente, dipendente e presunta antecedente) devono essere collegate. Nel nostro caso questa condizione è verificata in quanto:
 - La relazione tra x e y è già stata dimostrata;
 - Con il diminuirsi del livello di istruzione (z) aumentano le conoscenze di amici rinvii (x);
 - Con il diminuirsi del livello di istruzione (z) diminuisce anche l’atteggiamento per il quale le persone non dovrebbero essere rinviate (y).

- La relazione bivariata iniziale non deve scomparire con l'introduzione della variabile di controllo presunta antecedente. Nel nostro caso è verificata, lo dimostrano i dati riportati nella prima tabella riportata sotto;
- La relazione tra variabile di controllo presunta antecedente e variabile dipendente deve scomparire quando la variabile indipendente è usata come controllo. Nel nostro caso è verificata, lo dimostrano i dati riportati nella seconda tabella riportata sotto:

| | ISTRUZIONE | | | |
|-------------------------------|--------------|------------------|---------------|------------------|
| | ELEVATA | | BASSA | |
| Atteggiamento verso il rinvio | Amici rinvii | Amici non rinvii | Amici rinvii | Amici non rinvii |
| Dovrebbe essere rinvio | 63% | 94% | 63% | 95% |
| Non dovrebbe essere rinvio | 37 | 6 | 37 | 5 |
| Totale | 100 (335) | 100 (1426) | 100 (1484) | 100 (392) |

| | AMICI RINVIATI | | | |
|-------------------------------|--------------------|------------------|--------------------|------------------|
| | SI | | NO | |
| Atteggiamento verso il rinvio | Istruzione elevata | Istruzione bassa | Istruzione elevata | Istruzione bassa |
| Dovrebbe essere rinvio | 63% | 63% | 94% | 95% |
| Non dovrebbe essere rinvio | 37 | 37 | 6 | 5 |
| Total | 100 (335) | 100 (1484) | 100 (1426) | 100 (392) |

XVIII. Lezione 18 – 16/11/2022

“Ulteriori esempi”

Esempio 18.1 - Predisposizione autoritaria

► Osserviamo la tabella:

| Predisposizione autoritaria in 3 classi | sex respondent (Q86) | | Total |
|---|----------------------|---------------|-----------------|
| | male | female | |
| Bassa (0-1) | 383 53.49 | 387 49.49 | 770 51.40 |
| Media (2) | 260 36.31 | 291 37.21 | 551 36.78 |
| Alta (3-4) | 73 10.20 | 104 13.30 | 177 11.82 |
| Total | 716 100.00 | 782 100.00 | 1,498 100.00 |

- la variabile indipendente è il genere;
- la variabile dipendente è la predisposizione autoritaria;
- sulla relazione fra le due variabili possiamo dire che al passaggio dal genere maschile a quello femminile la predisposizione autoritaria aumenta lievemente (ma significativamente).

| Predisposizione autoritaria in 3 classi | education level (Q110) (recoded) | | | Total |
|---|----------------------------------|---------------|---------------|-----------------|
| | Lower | Middle | Upper | |
| Bassa (0-1) | 335 60.47 | 323 47.64 | 95 40.77 | 753 51.40 |
| Media (2) | 162 29.24 | 275 40.56 | 101 43.35 | 538 36.72 |
| Alta (3-4) | 57 10.29 | 80 11.80 | 37 15.88 | 174 11.88 |
| Total | 554 100.00 | 678 100.00 | 233 100.00 | 1,465 100.00 |

| Predisposizione autoritaria in 3 classi | education level (Q110) (recoded) and sex respondent (Q86) | | | | | |
|---|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | Lower | | Middle | | Upper | |
| | male | female | male | female | male | female |
| Bassa (0-1) | 155 60.08 | 180 60.81 | 175 51.02 | 148 44.18 | 48 45.28 | 47 37.01 |
| Media (2) | 76 29.46 | 86 29.05 | 132 38.48 | 143 42.69 | 49 46.23 | 52 40.94 |
| Alta (3-4) | 27 10.47 | 30 10.14 | 36 10.50 | 44 13.13 | 9 8.49 | 28 22.05 |
| TOTAL | 258 100.00 | 296 100.00 | 343 100.00 | 335 100.00 | 106 100.00 | 127 100.00 |

In questa tabella invece:

- la variabile indipendente è il livello di istruzione;
- la variabile dipendente è sempre la predisposizione autoritaria;
- per quanto riguarda la relazione possiamo notare che all'aumentare del livello di istruzione aumenta anche la predisposizione autoritaria.

Ci spostiamo a questo punto sull'osservazione dell'ultima tabella, per la quale possiamo dire che:

- la variabile indipendente è il genere;
- la variabile dipendente di nuovo è la predisposizione autoritaria;
- la variabile di controllo è la predisposizione autoritaria;
- la relazione osservata nella prima tabella fra genere e predisposizione autoritaria non scompare con

l'inserimento della variabile di controllo, anche se si notano delle particolarità. Essa infatti scompare nel momento in cui il livello di istruzione è basso, mentre tale differenza aumenta all'aumentare del livello di istruzione stesso. Ci troviamo infatti di fronte ad una **relazione moderata**, in quanto la natura della relazione fra variabile dipendente e indipendente varia al variare della terza variabile.

Esempio 18.2 - correlazione fra genere e tolleranza (Stuffer)

Prendiamo come esempio gli studi condotti da **Stouffer** in quanto è stato uno dei pochi ricercatori moderni ad utilizzare strumenti basici come quelli affrontati da questo corso. La ricerca di Stouffer sulla correlazione fra genere e tolleranza parte, come dovrebbe sempre accadere, da una domanda: "Qual è l'atteggiamento delle donne nei confronti della tolleranza della non-conformità (rispetto a ciò che invece pensano gli uomini)?"

| | UOMINI | DONNE |
|-----------------|---------------|---------------|
| MENO TOLLERANTI | 17% | 22% |
| INTERMEDIO | 48 | 51 |
| PIÙ TOLLERANTI | 34 | 27 |
| TOTALE | 100 (2300) | 100 (2632) |

Come si evince dalla tabella scopri che le donne sono leggermente, ma comunque significativamente, meno tolleranti degli uomini e che tale differenza è rilevante nella sua sistematicità in quasi tutti i sottogruppi (ad esempio controllando per età). In particolare introducendo il livello d'istruzione come variabile di controllo il ricercatore notò un incremento della

differenza fra il livello di tolleranza degli uomini e quello delle donne.

| | UOMINI | DONNE | Δ |
|-----------------------------|--------|-------|----------|
| Scuola elementare | 16% | 12% | 4 |
| Scuola superiore | 32% | 22% | 10 |
| Completato scuola superiore | 46% | 35% | 11 |
| Università | 62% | 46% | 16 |
| Laurea | 74% | 56% | 18 |
| Totale | 34% | 27% | 7 |

Dimostrato che la differenza individuata non è causata dall'intervento di una terza variabile l'unico interrogativo da porsi è il **perché della presenza di tale differenza**. Negli ultimi anni molti studiosi hanno supposto che essa si sia attenuata in seguito al *processo di modernizzazione*, tuttavia ai tempi di Stouffer furono individuate **alcune ipotesi per le quali tale differenza è dovuta a:**

- **l'ansietà personale (maggiore nel genere femminile)**
- **i ruoli (la maggior parte delle donne erano casalinghe, condizione questa che sfavoriva loro l'interazione con il mondo esterno)**
- **la religione (l'influenza della Chiesa in quel periodo storico era molta e le donne andavano più frequentemente a messa) → controllando per la terza variabile "frequenza partecipazione messa" tuttavia venne dimostrato che essa non determina la natura, precedentemente dimostrata, fra genere e tolleranza.**

| | FREQUENZA IN CHIESA | | | |
|------------------|---------------------|---------------|---------------|--------------|
| | SI | | NO | |
| Scala tolleranza | Uomini | Donne | Uomini | Donne |
| Meno tolleranti | 18 | 22 | 16 | 22 |
| Intermedio | 51 | 52 | 45 | 48 |
| Più tolleranti | 30 | 26 | 40 | 30 |
| Totale | 100 (1289) | 100 (1806) | 100 (1000) | 100 (812) |

Stouffer suggerisce a questo punto che la risposta al perché dell'esistenza delle relazione risiede nelle pratiche educative (anticipazione dello scontro ideologico fra nature e nurture). Seguendo questa idea esistono delle **differenze di fondo nell'educazione ricevuta dai due generi**. In particolare il ricercatore scoprì, ad esempio, che all'affermazione "*se un bambino è in qualche maniera diverso dagli altri, i genitori dovrebbero indurlo a essere più simile agli altri*" **gli uomini erano più d'accordo delle donne (risultato non coerente con quanto detto fino ad ora)**. Nonostante gli ulteriori tentativi di indagine svolte da Stouffer a questo riguardo egli non riuscì a **fornire una spiegazione oggettivamente provata, la ricerca sulla correlazione fra tolleranza e genere continua infatti ancora oggi.**

XIX. Lezione 19 – 17/11/2022

i. “Lo studio dell’opinione pubblica”

Per via della complessità e poliedricità del concetto di **opinione pubblica**, le fonti da cui far partire il suo studio non possono che rispecchiare una prospettiva **multidisciplinare**. Esse infatti sono: la **scienza politica**, la **sociologia**, la **psicologia** (in particolare quella **cognitiva**) e la **statistica** (che ha il compito specifico di permettere l’analisi dei dati ottenuti a partire dalle altre discipline). L’assunto chiave che regola l’opinione pubblica è la seguente formula:

$$C = f(O \cdot A)$$

Essa significa che il comportamento (C) è un rapporto di forze, alcune delle quali sono interne (forze di **push**) poiché derivano dall’**organismo** (O) mentre altre sono esterne (forze di **pull**) in quanto manifestano l’influenza dell’**ambiente** circostante (A). Fra le forze esterne distinguiamo poi quelle che riguardano l’ambiente **distante** e quelle che riguardano l’ambiente **prossimo**.

Possiamo a questo punto individuare una gerarchia di concetti-chiave fondamentali per lo studio dell’opinione pubblica:

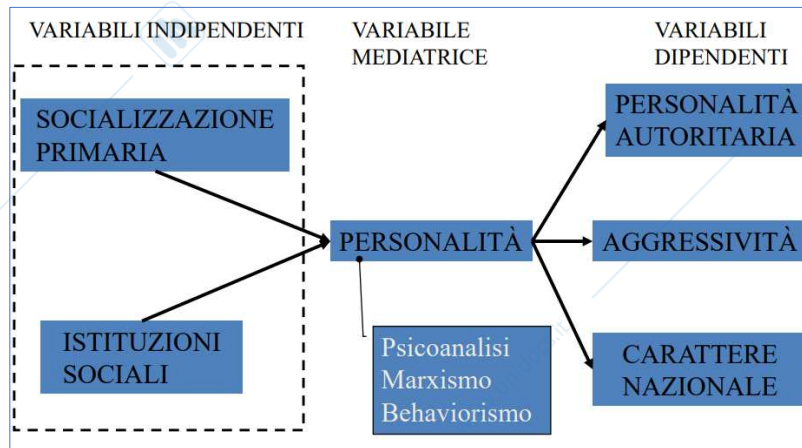
- **Credenze** → sono la componente cognitiva del nostro modo di vedere le cose, riguardano cioè il come crediamo che siano le cose;
- **Atteggiamenti** → riguardano il nostro orientamento più o meno stabile nei confronti degli oggetti (questa dicitura implica ovviamente anche le persone), sono in altre parole sentimenti generali e stabili verso un oggetto o una persona. Non sempre essi corrispondono a ciò che ci potremmo aspettare rispetto alle nostre opinioni proprio per via della loro stabilità. Questo non vuole tuttavia dire che gli atteggiamenti non possano cambiare nel tempo, semplicemente ne impiegheranno di più;
- **Valori** → sono la componente normativa del nostro modo di vedere le cose, ovvero delle nostre credenze. Riguardano quindi il come le cose vorremo che fossero (giudizio normativo ≠ giudizio cognitivo). Valori e credenze, a differenza degli atteggiamenti, rappresentano la nostra parte più intima e sono quindi più difficili da misurare;
- **Opinioni** → sono quelle espresse, di solito in seguito ad una domanda.

Al fine di studiare gli elementi sopra riportati sono state applicate negli anni diverse prospettive di analisi, esse hanno riguardato in particolare:

- **La personalità** → ci si riferisce in particolare al ruolo che svolge la personalità degli individui sui loro atteggiamenti politici. In particolare essa è l’insieme dei tratti caratteristici e stabili che abbiamo acquisito durante la nostra **socializzazione primaria** (trasmissione del patrimonio culturale di base al neonato all’interno della famiglia) e grazie al ruolo delle **istituzioni sociali**. All’interno degli studi riguardanti la personalità si sono volute spiegare alcune caratteristiche stabili degli individui, ovvero la **personalità autoritaria**, l’**aggressività** e il **carattere nazionale**;
- **La cultura politica** → ci si riferisce al ruolo che la cultura politica ha nel determinare gli atteggiamenti politici delle persone (ad esempio il voto);
- **Le credenze e le ideologie**;
- **I media e le politiche**.

ii. "Caso di studio - La Personalità Autoritaria"

Per quanto riguarda la prospettiva di analisi della personalità presenteremo adesso un noto caso di studio, tenendo tuttavia presente che sono stati condotti molti altri studi sull'influenza che la personalità ha nell'opinione pubblica nel corso degli anni.



Nel 1950 **Theodor Adorno**, insieme ad altri studiosi fra cui due psicologi, pubblicò il libro "*The Authoritarian Personality*", ovvero il prodotto di una ricerca empirica di fondamentale importanza sia per i risultati raggiunti che per il modo con cui sono stati proposti. Le radici di questa pubblicazione risalgono alla Germania degli anni '30, nazione ancora impoverita dalle conseguenze della Grande Guerra e vittima dell'ascesa al potere del partito nazionalsocialista guidato da **Adolf Hitler**. In questo primordiale studio si cercò di rispondere alla seguente domanda:

"Perché la classe operaia tedesca votò per i nazisti?"

Una riflessione di questo tipo non deve infatti essere ignorata, in quanto sarebbe stato più coerente con il periodo storico aspettarsi un voto di molto tendente verso la sinistra. **Karl Marx** credeva infatti che la *rivoluzione comunista* sarebbe dovuta scoppiare nelle fabbriche proprio da parte della classe operaia, che si sarebbe dovuta ribellare ai soprusi dei suoi padroni. Anche se Marx auspicava una rivoluzione di questo tipo in Inghilterra, egli riteneva che la Germania fosse un'ottima candidata per via della presenza di una classe operaia molto forte. Partendo da questi presupposti quindi la classe operaia tedesca, votando per i nazisti, sarebbe andata contro i suoi interessi e le sue aspirazioni più alte.

A tale interrogativo tentò di rispondere la **Scuola di Francoforte**, la quale adottò una particolare e inusuale prospettiva di ricerca. Essa comprendeva infatti ricercatori che cercavano di coniugare il *marxismo* e la *psicoanalisi freudiana*, due orientamenti che potremmo definire contrari in quanto il primo di matrice *strutturalista* (che attribuiva cioè alla base delle dinamiche sociali delle forze invisibili e di massa) mentre il secondo faceva risiedere tutte le ragioni dei comportamenti umani all'interno delle persone stesse, o meglio nel loro inconscio. Tra gli studiosi appartenenti alla Scuola di Francoforte che si interrogarono sulla questione riportata sopra spiccò **Fromm**. Quest'ultimo elaborò infatti una teoria, che sarà poi la base per la costruzione della personalità autoritaria, secondo la quale la classe operaia non si è comportata secondo le attese per via della socializzazione primaria da loro subita. Fromm affermò cioè che gli attuali appartenenti alla classe operaia, per ragioni storiche e culturali, erano stati imbevuti di valori autoritari da parte dei genitori, fattore questo cruciale per l'adesione all'iniziale ideologia nazista.

Si noti poi che fu proprio grazie a queste teorie che la Scuola di Francoforte riuscì ad evitare l'epurazione dei suoi membri ebrei e più in generale l'allontanamento degli intellettuali. La scuola riuscì infatti a prevedere verso quale direzione si stavano muovendo le scelte naziste e decise di spostarsi in Svizzera. Da lì molti degli studiosi, fra cui lo stesso Adorno, si trasferirono negli Stati Uniti.

Fu proprio in questo luogo, e più nello specifico all'*University of California (Berkeley)* che Adorno e la sua compagnia di ricercatori furono finanziati dall'*American Jewish Committee* al fine di verificare (e in seguito contrastare) la presenza e il dilagamento dell'antisemitismo negli Stati Uniti. La ricerca aveva perciò come oggetto di studio principale il pregiudizio religioso e razziale. L'approccio di ricerca tipico di Adorno si poneva su un livello di astrazione molto alto, fu per questo motivo che l'incontro con due psicologi americani portò alla decisione di utilizzare un *approccio socio-psicologico* (che rese lo studio multidisciplinare). L'oggetto di studio al centro della ricerca fu ovviamente la personalità, e in particolar modo l'idea di individuare un tipo autoritario sulla base di alcune caratteristiche. L'ipotesi di base dalla quale i ricercatori partirono è quella per cui le convinzioni politiche, economiche e sociali di un individuo formano spesso un modello vasto e coerente, che è un'espressione di tendenze profonde nella personalità individuale (derivante quindi sia dalla socializzazione primaria che da quella secondaria).

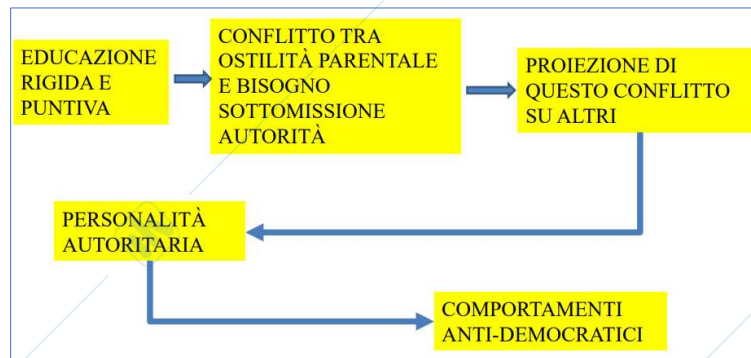
"Come dimostrare tutto ciò?"

Si ipotizzò l'esistenza di più tipologie di personalità, fra cui quella autoritaria che era sicuramente caratterizzata da:

- **Convenzionalismo**, ovvero la tendenza ad accettare le norme imposte dall'autorità, a prescindere da cosa esse dicano (visione sommersa alle tendenze sociali);
- **Sentimenti aggressivi** verso obiettivi ritenuti legittimi in quanto frutto di un comando da parte dell'autorità;
- **Assenza di senso critico** nei confronti dell'autorità.

L'idea era che lo sviluppo di questa tipologia di personalità avvenisse nei primi anni di vita durante la fase di socializzazione primaria, esattamente come fu detto da Fromm negli studi sul voto della classe operaia tedesca negli anni '30. Questa ipotesi di base fu però arricchita: si pensò che le tendenze aggressive verso i genitori autoritari che non avevano trovato sfogo in maniera fisiologica da parte dei bambini (non ne nasceva cioè un conflitto) si sarebbero poi ripresentate in età adulta verso obiettivi via via diversi, in base a ciò che veniva loro detto dall'autorità accettata.

Il metodo utilizzato dai ricercatori consisteva nella **combinazione di studi clinici intensivi basati su interviste in profondità** (scelte su soggetti ritenuti in possesso di un alto livello di personalità autoritaria) con studi di gruppi più vasti attraverso **questionari standardizzati**. Il modello teorico di riferimento invece era di natura psicologica e riguardava l'irrazionalità e le pulsioni inconse.



In particolare si affermava che il conflitto generato da tendenze aggressive è inevitabile (come sostenuto già da **Freud**) e se esso non si fosse verificato in età infantile allora si sarebbe ripresentato poi in età adulta spostato però verso altri "fronti". Tutto ciò genererebbe dunque una serie di comportamenti disfunzionali rispetto alla vita democratica (tendenza anti-democratica).

"Come dimostrare l'esistenza della tipologia di personalità autoritaria?"

Per risolvere questo problema Adorno e i suoi colleghi costruiscono un questionario contenente una scala multidimensionale: più un individuo otteneva punteggi alti in ogni dimensione e più la sua personalità era autoritaria. Venne così definita la **scala F**, la quale verifica ancora oggi le dimensioni del fascismo funzionale (convenzionalismo, sottomissione all'autorità, aggressività autoritaria, superstizione e stereotipia, potere e rigidità, distruttività e cinismo, proiettività e sesso).

Purtroppo, per via dell'importante lunghezza della scala F, non si riuscì mai a somministrarla ad abbastanza persone in modo da avere un campione rappresentativo. Il questionario fu poi somministrato in larga parte in ambienti in cui l'aspettativa era di alti livelli di personalità autoritaria (ad esempio scuole, carceri, ecc...). Tutto ciò portò ad un evidente problema di **generalizzazione**, che non fu tuttavia preso troppo sul serio dai ricercatori in quanto ritennero che per essere un primo studio su quel fenomeno risultava più interessante osservare particolari individui piuttosto che ottenere una fotografia rappresentativa della società del tempo. **A partire da questi primi problemi la ricerca ottenne numerose critiche, fra le più importanti riportiamo:**

- **Una critica di natura metodologica** → poneva l'accento sul fatto che tutte gli item usati nella scala sono **monodirezionali**, ad un elevato grado di accordo verso l'affermazione corrispondeva cioè sempre un alto punteggio di autoritarismo (scala sbilanciata). Questo risulta essere un fattore molto importante in quanto, essendo la scala molto lunga, esso avrebbe favorito il fenomeno del **response-set** (la tendenza degli intervistati a rispondere in modo meccanico, selezionando sempre la stessa modalità di risposta). Secondo questa critica in particolare il numero di personalità autoritarie rilevato sarebbe sovra-rappresentato. La risposta del gruppo di Adorno fu ovviamente quella di bilanciare la scala e, in seguito a successivi test, si notò che i risultati non avevano subito modifiche significative;
- **Una critica di natura teorica** → poiché gli elevati punteggi della personalità autoritaria riguardavano prevalentemente persone orientate politicamente verso destra venne criticata l'assenza di un metodo per rilevare un'ipotetica personalità autoritaria di sinistra. Quest'ultima fu tuttavia studiata solamente attraverso ricerche successive. La massiccia presenza di questa critica dimostra che la ricerca scientifica, per quanto possa provare, **non**

sarà mai indipendente dagli eventi storici, politici e culturali che la circondano. Dobbiamo infatti tenere presente che il libro di Adorno fu pubblicato in piena guerra fredda, motivo per il quale la messa in luce degli aspetti negativi della destra politica risultò così controversa (la sinistra era vista con sospetto per via dell'odio verso i comunisti da parte della classe dirigente).

La tendenza verso la destra politica della personalità autoritaria fu dimostrata confrontando i punteggi sulla scala F degli appartenenti alle SS (corpo militare molto vicino al vertice politico nazista) e quelli della Wehrmacht (corpo militare ordinario tedesco, più vicino al popolo in termini di composizione).

| Punteggio scala F | Appartenenza | | Totale |
|-------------------|--------------|-----------|--------|
| | Waffen SS | Wehrmacht | |
| Basso | 40 | 65 | 52 |
| Alto | 60 | 35 | 48 |
| Totale | 100 | 100 | 100 |
| (N) | (209) | (190) | (399) |

| Punteggio scala F | Protestante | | Cattolico | | Altro | |
|-------------------|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | Waffen SS | Wehrmacht | Waffen SS | Wehrmacht | Waffen SS | Wehrmacht |
| Basso | 34 | 70 | 57 | 52 | 35 | 79 |
| Alto | 66 | 30 | 43 | 48 | 65 | 21 |
| Totale | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| (N) | (97) | (104) | (51) | (67) | (57) | (19) |

Controllando poi per la religione notiamo che la relazione fra punteggio sulla scala F e appartenenza ad un diverso corpo militare cambia rispetto alle diverse modalità della variabile di controllo (siamo in presenza di una variabile moderatrice). In particolare in corrispondenza del valore "cattolico" la differenza diventa minima. Si potrebbe pensare che la ragione di questo evento sia da ricercarsi nel fatto che fra i cattolici l'ingresso nel corpo delle SS era visto come un modo per scalare i ranghi sociali, a prescindere del loro estremismo politico.

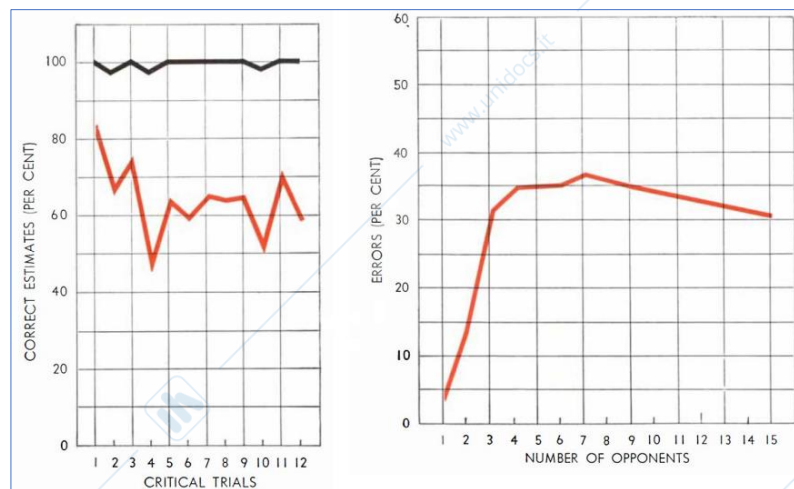
XX. Lezione 20 – 22/11/2022

i. "Alternative allo studio di Adorno"

La spiegazione dell'esistenza in larga misura di una personalità autoritaria fra le persone proposta dallo studio di Adorno (quella che cerca le cause nella socializzazione primaria) è essenzialmente di matrice internalista (prende in considerazione forze di push). Una prospettiva opposta che cercava di rispondere alla stessa domanda iniziale ("Perché le persone obbediscono indistintamente all'autorità?") fu presentata nello stesso periodo, ovvero in seguito alla seconda guerra mondiale e alla scoperta delle atrocità antisemite perpetrate dai nazisti. L'obiettivo era quello di verificare se la risposta autoritaria di un popolo non dipendesse tanto dalla personalità quanto dal contesto ("Può il contesto in cui sono inserite indurre le persone a obbedire anche a comandi che le portano a fare cose orribili?"). Tutti gli studi che presenteremo anticipano un dibattito ben noto nell'ambito delle scienze sociali, ovvero quello che vede contrapporsi una maggiore importanza attribuita ai fattori di condizionamento interni o a quelli dovuti al contesto (**nature vs nurture**). Mentre la prima risulta essere una prospettiva più fatalistica in quanto condanna la violenza ad un condizione propria dell'essere umano, la seconda garantisce un maggiore margine di manovra per evitare (o eventualmente correggere) i comportamenti autoritari.

Esperimento di Asch

➤ **Asch** tentò di valutare la conformità e l'obbedienza degli individui all'autorità, e in particolare di verificare la persuasività della pressione sociale all'interno di questo processo. Per svolgere il suo esperimento il ricercatore reclutò un gruppo di persone e fece loro vedere una linea. Ogni membro del gruppo, fra cui si nascondevano alcuni collaboratori di Asch, avrebbe dovuto riconoscere la linea iniziale fra altre tre linee presentate successivamente. Questo semplice compito sarebbe stato tuttavia complicato dal fatto che i collaboratori di Asch avrebbero dato, in modo convinto, la risposta sbagliata. Si venne così a scoprire che, sistematicamente, anche i soggetti dell'esperimento si sarebbero adeguati al sostenere la risposta sbagliata in seguito alla ripetizione della domanda e in rapporto al numero di persone che facevano lo stesso. Ne segue ovviamente che il ruolo esercitato dalla pressione sociale sul processo di scelta delle persone è enorme.



Esperimento di Milgram

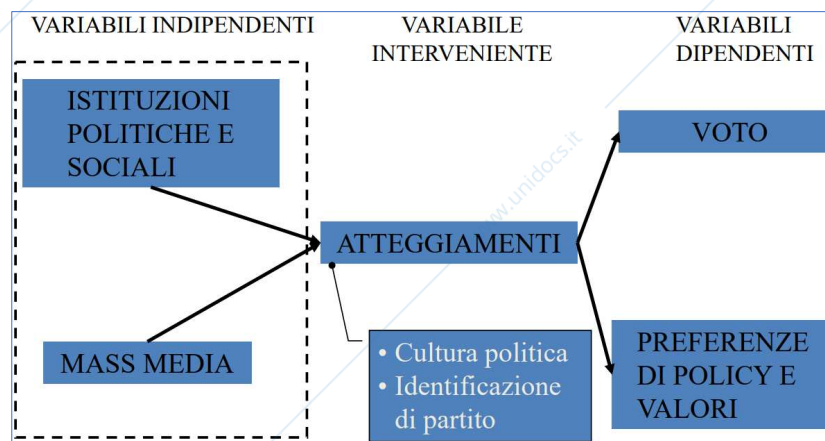
➤ **Milgram** si occupò invece, in particolare, di verificare fino a che punto le persone possono essere spinte a fare cose moralmente scorrette obbedendo ad un ordine da parte dell'autorità (in questo caso rappresentata dal ricercatore-scienziato stesso). L'esperimento consisteva nel far inviare dal soggetto delle scariche elettriche progressivamente più forti ad un individuo ogni qualvolta quest'ultimo sbagliasse a rispondere a delle domande. Tale individuo era tuttavia un collaboratore di Milgram e per questo motivo sbagliava volontariamente molte domande, fingendo inoltre di soffrire per le scariche elettriche (fino ad arrivare ad implorare pietà). Si scoprì che in generale soggetti, a prescindere da molti fattori (in particolare istruzione e punteggio sulla scala F), si spinsero molto in avanti con l'obbedienza agli ordini prima di rifiutarsi.

Esperimento di Zimbardo

➤ **Zimbardo**, infine, svolse un esperimento all'interno di una sorta di prigione ricostruita nel piano seminterrato della sua università. Divise i partecipanti in due gruppi e diede ai membri del primo il ruolo di carcerati e a quelli del secondo il ruolo di guardie. In poco tempo il ricercatore fu costretto ad interrompere l'esperimento per non far degenerare ulteriormente la situazione. Il gruppo delle guardie infatti si era riconosciute fin troppo nel ruolo attribuitogli e aveva iniziato a maltrattare il gruppo dei carcerati, che finì a sua volta a mostrare comportamenti violenti (per ribellarsi).

ii. “Caso di studio – Il Familismo amorale”

Spostandoci adesso verso la prospettiva riguardante la cultura e la politica ci chiediamo, come già detto, quale sia il ruolo della politica nell'influenzare gli atteggiamenti e i comportamenti dei cittadini. Se gli studi sulla personalità si rifacevano alla sociologia e cercavano risposte nel processo di socializzazione primaria, questa prospettiva ha le sue radici nelle scienze politiche e prende in considerazione i fattori istituzionali dei vari paesi. Analizzeremo una serie di studi, tutti aventi come oggetto principale l'Italia, ma ognuno dei quali adottò un diverso approccio alla ricerca (il primo ricercatore era un antropologo, i secondi degli studiosi dell'opinione pubblica e il terzo uno scienziato politico).



Nel 1950 **Banfield** pubblicò il libro *“The Moral Basis of a Backward Society”*, in cui studiò i comportamenti dei cittadini di un paese dell'Italia meridionale: Chiaromonte (PZ), che lui rinominò Montegrano. Essendo un antropologo, Banfield raccolse informazioni osservando attivamente il suo oggetto di studio e quindi si immerse direttamente nella vita di Montegrano. Ciò che colpì in particolare lo studioso fu l'estrema situazione di povertà e arretratezza in cui si trovava la comunità del paese (“arretratezza” deve qui essere inteso sia dal punto di vista economico che da quello culturale). Banfield formulò a questo punto una spiegazione di tipo culturale: per lui la causa dell'arretramento doveva essere ricercata nell'incapacità degli abitanti di Montegrano di agire insieme per il bene comune, o addirittura, per qualsiasi fine che trascende l'interesse materiale immediato della famiglia nucleare (genitori + figli). L'ipotesi proposta è quindi quella che la comunità si basi su quello che viene da Banfield definito come **familismo amorale**, ovvero una situazione nella quale le persone seguono la seguente regola culturale:

“Massimizzare i vantaggi materiali e immediati della famiglia nucleare e sopporre che tutti gli altri si comportino allo stesso modo”

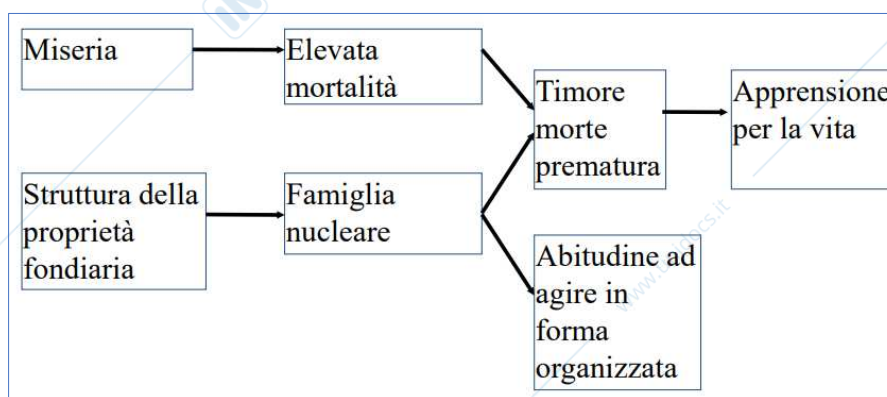
Concezione questa riconducibile a quanto espresso da **Hobbes** nel suo *“Leviatano”*, per il quale *“homini lupus”* (ciascun uomo è nemico di tutti gli altri). Tra le conseguenze del familismo amorale vi è in primo luogo l'idea delle istituzioni predatorie, per la quale si crede che chi ricopre un titolo (per esempio in politica) non lo fa per il bene della comunità ma per un proprio tornaconto personale.

- "In una società di familisti amorali, nessuno perseguirà l'interesse del gruppo o della comunità, a meno che ciò non torni a suo vantaggio personale.
- "In una società di familisti amorali soltanto i funzionari si occupano della cosa pubblica, perché essi soltanto vengono pagati per questo. Che un privato cittadino si interessi seriamente a un problema pubblico, è considerato anormale e perfino sconveniente." (p.107).
- "In una società di familisti amorali mancherà qualsiasi forma di controllo sull'attività dei pubblici ufficiali, poiché questo compito spetta solo ai superiori gerarchici dei funzionari in questione." (p.108).
- "In una società di familisti amorali, sarà molto difficile dar vita, e mantenere in vita, forme di organizzazione (cioè, attività organizzate in base a esplicito accordo).

→ Implicazioni del familismo amorale

"Dove ricercare le cause del familismo amorale proprio di Montegrano?"

Secondo l'antropologo tutto è legato all'incertezza sul futuro della vita degli abitanti che pervade la loro quotidianità, la quale è notevolmente favorita dalla situazione socio-economica del paese abitato prevalentemente da famiglie nucleari che lavoravano come braccianti nei latifondi (grandi porzioni di terra possedute da un'unica persona sulle quali lavorano persone reclutate ogni giorno nelle piazze della città). L'incapacità di poter salvaguardare la famiglia dalla povertà è inoltre una condizione intrinseca al concetto di famiglia nucleare, nella quale se il genitore che lavora ha un incidente nessuno riuscirà più a coprire le spese. È chiaro che in queste condizioni non fu neanche possibile l'organizzazione dei sindacati al fine di garantire una condizione più sicura ai lavoratori.



→ Le cause del familismo amorale

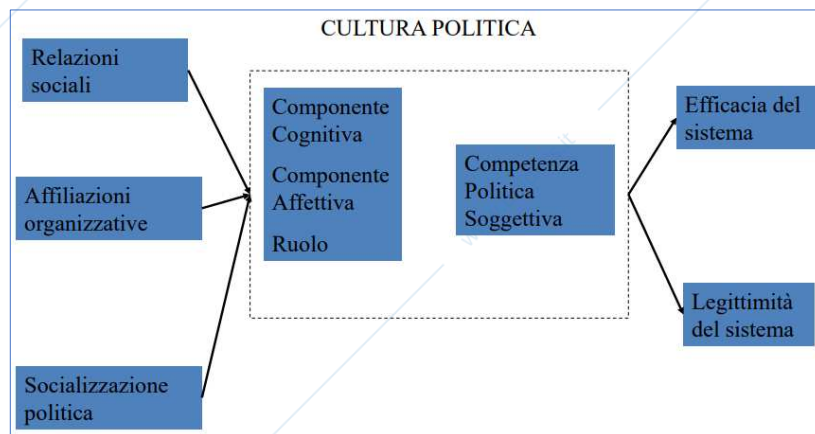
Il lavoro di Banfield fu molto criticato, soprattutto in Italia, per le seguenti motivazioni:

- Si pensò che mettesse in cattiva luce l'Italia e i suoi cittadini;
- Il ricercatore entrò in contatto con i cittadini di Montegrano senza confrontarsi prima con la comunità scientifica italiana;
- La chiave critica proposta dal ricercatore era priva di riferimenti alla morale marxista, che invece era molto forte in Italia, soprattutto nei piccoli paesi;
- L'antropologo non propose alcun tipo di soluzione alla condizione esposta e criticata, la sua analisi condanna cioè quella società a cambiare solo nel lungo periodo in seguito a vari ricambi generazionali.

XXI. Lezione 21 – 24/11/2022

"Caso di studio – *The Civic Culture*"

Fra gli anni '60 e '70 i ricercatori **Almond e Verba** si occuparono dello stesso problema affrontato da *Banfield*, chiedendosi in particolare come mantenere stabile un sistema democratico. Secondo loro un ruolo cruciale è giocato dalla cultura politica del paese preso in considerazione, definita come la particolare distribuzione di orientamenti verso gli oggetti politici tra i membri di quella nazione. Ai fini dei loro studi i due ricercatori svolsero un'indagine di opinione in cinque diversi paesi democratici (Italia, Inghilterra, Stati Uniti, Messico e Germania).



Sostenero poi che ogni cultura politica di un paese ha tre componenti fondamentali:

- **Componente cognitiva** → capacità dei cittadini di riconoscere la propria appartenenza al sistema politico vigente nel proprio paese;
- **Componente affettiva** → capacità delle persone di descrivere quali sentimenti esse provano nei confronti di tale sistema;
- **Ruolo** → capacità degli individui di capire se siano componenti attivi o meno del sistema, riguarda cioè il riconoscimento di adempiere ai propri doveri di cittadino e di esercitare i propri diritti.

Le caratteristiche della cultura politica (in particolare la sua efficacia e legittimità) definiscono quella che viene definita come **competenza politica soggettiva** (esterna e interna), la quale è determinata da:

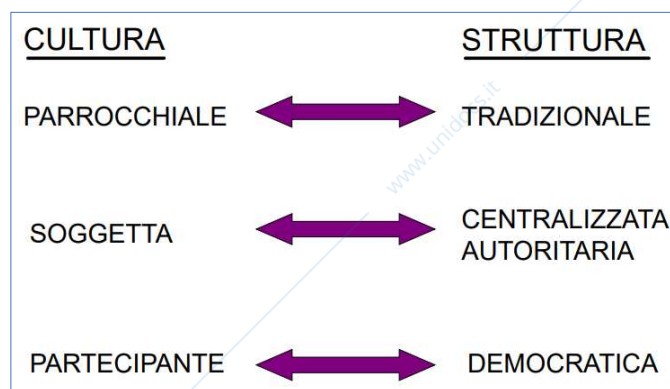
- le relazioni sociali all'interno delle reti in cui i cittadini sono iscritti;
- le affiliazioni organizzative a cui aderiscono;
- la socializzazione politica che hanno subito.

La tipologia di cultura politica viene definita in base al ruolo che riteniamo di avere all'interno del sistema politico.

| | <i>Sistema come oggetto politico</i> | <i>Input</i> | <i>Output</i> | <i>Sé come attore politico</i> |
|---------------------|--|--------------|---------------|--|
| <i>Parrocchiale</i> | 0 | 0 | 0 | 0 |
| <i>Soggetta</i> | 1 | 0 | 1 | 0 |
| <i>Partecipante</i> | 1 | 1 | 1 | 1 |

Con *input* si intendono le richieste proposte dalla popolazione civile al sistema politico, il quale le processa producendo di conseguenza un *output*. Interrogarsi sull'input riguarda perciò il chiedersi quale sia il livello di efficienza del sistema politico a rispondere alle domande dei cittadini e a soddisfare le loro richieste con soluzioni coerenti. Almond e Verba individuaron così tre tipologie di cultura politica (ovviamente una nazione può rientrare solamente in una tipologia):

- **Parrocchiale** → limitata, di fatto è una concezione di stampo pre-moderna e medievale;
- **Soggetta** → i cittadini si comportano come sudditi di un regno, di cui riconoscono il vertice ma ritengono di non essere attivi contributori alla vita politica del proprio paese;
- **Partecipante** → la tipologia propria di una democrazia, in cui i cittadini riconoscono (ed eleggono) chi ha il potere decisionale e si impegnano (con fiducia che ciò serva a qualcosa) nella vita politica della loro nazione.



Gli studiosi tentarono a questo punto di verificare se la stabilità di un sistema democratico derivasse da una combinazione fra sistema di governo e cultura politica. In particolare ci si aspetta che ad una cultura politica partecipante in un sistema democratico corrisponda una maggiore stabilità dello stesso. Una variabile fondamentale usata a questo scopo (sia su scala locale che nazionale) è stato il **senso di competenza civica**, il quale misura se un soggetto ritiene di poter esercitare influenza politica o meno (cioè ritiene che il governo agisca a suo beneficio e che rischiano dei danni se non fanno questo). Solamente con un altro grado di senso di competenza civica un cittadino può essere ritenuto attivo nella vita politica del suo paese. Per misurare questa variabile si usano cinque indicatori/domande che si pongono l'obiettivo di capire se il soggetto intervistato:

- Segue e comprende la politica locale (e/o nazionale);
- Ritiene di poterla influenzare;
- Pensa che, ove sorgesse la necessità, agirebbe per esercitare tale influenza;
- Crede che, se ciò accadesse, avrebbe successo nell'esercitare tale influenza;
- Ha mai tentato di influenzare la politica locale (e/o nazionale).

Concentrandoci su uno solo di questi item, dalla tabella riportata sotto notiamo che il senso di competenza civica diminuisce passando dal livello nazionale a quello locale (tranne nel caso degli Stati Uniti). Tale differenza si presenta anche passando dal discorso astratto a quello concreto, ovvero passando dalla credenza di riuscire ad influenzare il discorso politico all'averlo fatto realmente almeno una volta.

| Percentuale che risponde che può fare qualcosa a proposito di una norma ingiusta a livello locale o nazionale | | | |
|---|--|---|---|
| Nazione | Posso fare qualcosa a proposito di una norma locale | Posso fare qualcosa a proposito di una norma nazionale | Probabilità che faccia realmente qle a proposito di una norma |
| Stati Uniti | 77% | 75 % | 58 % |
| Gran Bretagna | 78 % | 62 % | 50 % |
| Germania | 62 % | 38 % | 44 % |
| Italia | 51 % | 28 % | 41 % |
| Messico | 52 % | 38 % | Non domandata |

"I cinque paesi studiati hanno tutti una cultura politica partecipante?"

Dai dati si evince che la percezione del proprio ruolo politico da parte degli intervistati è bene o male diverso in ogni paese, e che in particolare il senso di competenza civica è maggiore negli Stati Uniti e in Inghilterra (situazione costante per tutti gli item).

| NAZIONE | Alto | Medio | Basso | Totale |
|----------------------|------|-------|-------|---------------|
| Stati Uniti | 52 | 26 | 22 | 100 (969) |
| Gran Bretagna | 38 | 38 | 24 | 100 (960) |
| Germania | 32 | 29 | 39 | 100 (952) |
| Italia | 24 | 24 | 52 | 100 (991) |
| Messico | 20 | 33 | 47 | 100 (1007) |

Ci aspettiamo perciò che USA e Inghilterra abbiano una cultura politica più partecipante rispetto ad Italia e Messico, in cui i cittadini si sentono maggiormente dei sudditi. Tra gli elementi influenzati positivamente dal senso di competenza civica abbiamo infatti: l'attivismo politico, la soddisfazione per le performance del sistema politico e la fedeltà politica. Concentrandosi in particolare sull'attivismo politico possiamo dire che esso si basa su una serie di indicatori:

- Il grado di esposizione dei cittadini alla comunicazione politica, che a sua volta viene spiegato da altri due indicatori:
 - ◆ la regolarità nel seguire la politica attraverso i mass media;
 - ◆ l'attenzione per le campagne elettorali.
- La disponibilità e il grado di partecipazioni a discussioni in merito a temi politici;
- L'iscrizione o meno ad un partito.

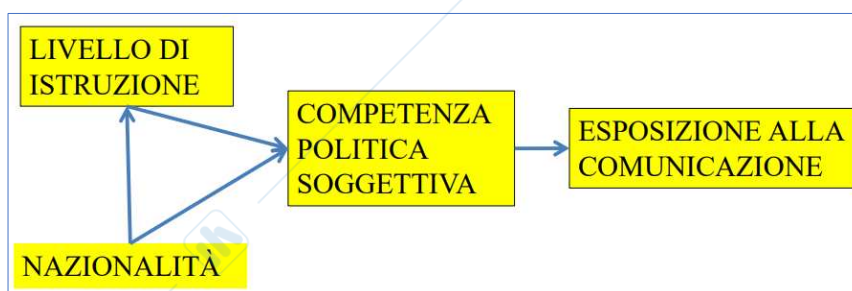
Analizziamo a questo punto la relazione fra le variabili competenza politica soggettiva ed esposizione alla comunicazione politica: scopriamo che al diminuirsi della prima diminuisce anche la seconda. Da ulteriori analisi possiamo poi vedere che, a parità di altre condizioni, il numero di

persone molto esposte alla comunicazione politica è comunque diverso da paese a paese (in particolare è maggiore negli Stati Uniti).

“Cosa nella cultura politica italiana porta un minor livello di quanto analizzato?”

Almond e Verba non danno una vera e propria spiegazione a riguardo, individuano però che in Italia e in Messico non vi è una totale coerenza fra cultura politica e il sistema politico, che come abbiamo visto porta ad una minore stabilità del sistema stesso. Su questa questione le ragioni potrebbero essere molteplici, spaziando da quelle storiche a quelle socio-culturali.

Una delle critiche più rilevanti mosse a questo studio riguarda sicuramente il fatto di non aver considerato l'arretratezza (economica e culturale) di Italia e Messico nelle considerazioni e nell'analisi. Per verificare la correttezza dei dati sotto questo punto di vista possiamo introdurre una terza variabile di controllo, nello specifico useremo il livello di istruzione in quanto esso è un indicatore piuttosto preciso della modernizzazione di un paese. Si nota che pur controllando per il livello di istruzione, seppur avvengano alcuni cambiamenti (si formano nuove relazioni con la variabile di controllo), la relazione iniziale non si annulla, l'arretratezza non risulta quindi essere una motivazione sufficientemente forte a spiegare le differenze di competenza politica soggettiva fra le cinque nazioni.

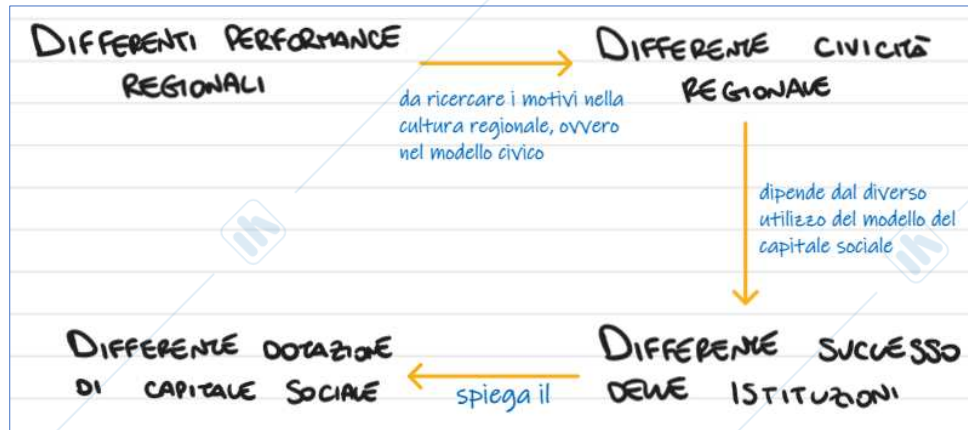


Alla luce di questi risultati capiamo per quale motivo il libro in questione non fu mai tradotto in lingua italiana. Tuttavia è anche bene tenere a mente che in quegli anni in Italia era presente una forte sfiducia nei confronti delle metodologie di ricerca che prevedevano i sondaggi, ritenuti una “americanata”. Riportiamo infine il fatto che, venti anni dopo l'uscita del libro di Almond e Verba, alcuni ricercatori replicarono la loro ricerca trovando una situazione molto cambiata rispetto al passato (in meglio per l'Italia). Si pensò quindi che la differenza trovata nel lavoro originario non fosse tanto dovuta alla competenza politica soggettiva, quanto al fatto che moltissimi italiani selezionarono l'alternativa “non so” a molte domande del sondaggio.

XXII. Lezione 22 – 29/11/2022

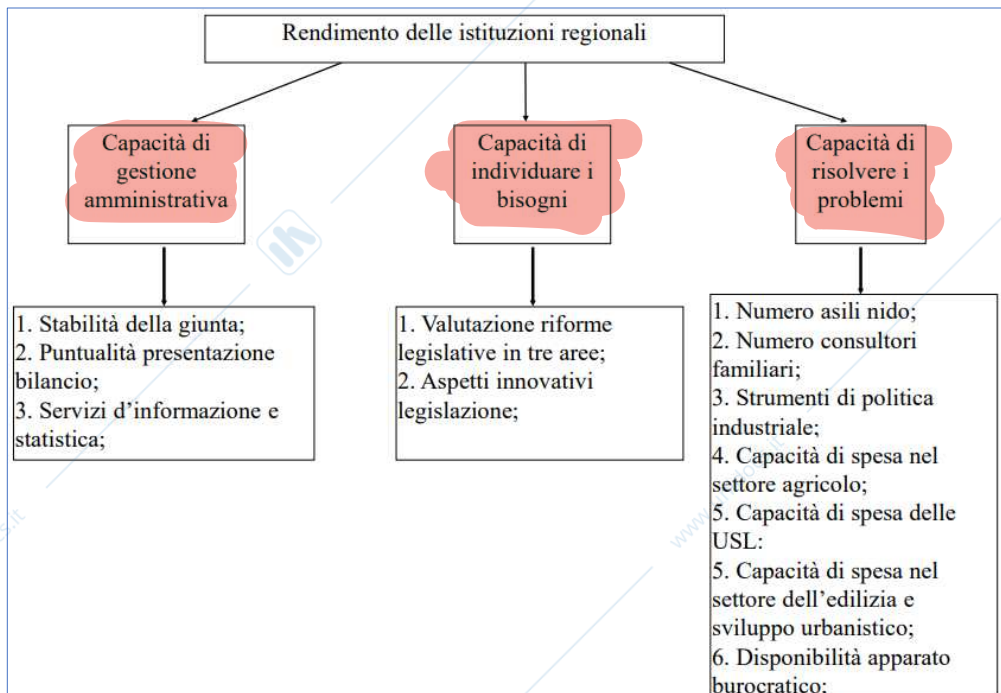
i. “Caso di studio – Making Democracy Work”

Negli anni '80 il politologo **Putnam** si chiese poi: **“Perché alcune regioni italiane funzionano meglio?”**. Egli scelse le regioni italiane come oggetto di studio per un motivo ben preciso: il modello che le prevedeva era partito dal 1970 quindi, teoricamente, tutte le regioni sono state “avviate” a partire dallo stesso punto iniziale. Una prima veloce ipotesi di risposta alla domanda potrebbe individuare le cause della differenza nella ricchezza delle diverse regioni, tuttavia Putnam virò verso una spiegazione culturale.

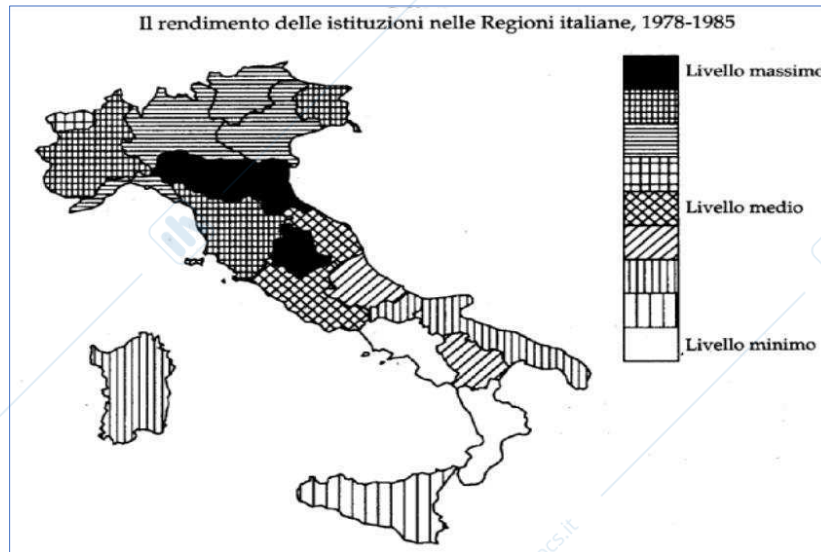


“Come misurare il rendimento delle istituzioni?”

Definiamo come **rendimento istituzionale** la capacità delle istituzioni (in questo caso le regioni) ad erogare servizi, garanzie, ecc... ai propri cittadini. Come si vede è un concetto molto complesso e per questo motivo Putnam per definirlo operativamente identificò tre dimensioni, per ognuna delle quali individuò vari indicatori.



Dopo una serie di test e rilevazioni Putnam ottenne i seguenti risultati, dai quali possiamo notare che il rendimento delle istituzioni regionali è **maggiore al Nord**. Putnam rileva poi una **correlazione lineare fra il rendimento istituzionale e l'indice di civismo** delle istituzioni regionali, anche esso avente valori maggiori nel Nord Italia.

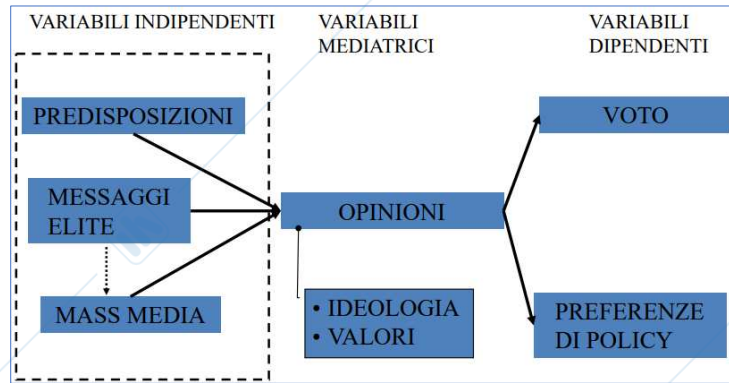


“Perché ciò avviene?”

La risposta di Putnam va a ricercarne le cause nella diversa cultura politica delle regioni, formatasi nel passato della loro tradizione civica (fin dal 1300). Sappiamo infatti che nelle regioni aventi una vita cittadina più attiva (ad esempio attraverso maggiore partecipazione politica e sociale) c'è una maggiore presenza di **capitale sociale**, ovvero la capacità dei cittadini di formare *reti sociali* con altre persone. In linea con le ricerche che adottano una prospettiva della cultura politica Putnam non fornisce tuttavia delle soluzioni applicabili al problema da lui rilevato e studiato.

ii. “Caso di studio – *The nature of Belief Systems in mass publics*”

Ci spostiamo adesso verso gli studi che hanno adottato la prospettiva dell'ideologia e delle credenze, che si discostano notevolmente dai lavori fino ad ora analizzati in quanto non deterministici/fatalistici ma promotori di soluzioni valide per la risoluzione dei problemi presi in esame (visione più mutevole dell'opinione pubblica). Tale cambiamento è avvenuto in seguito all'evoluzione metodologica che abbiamo già osservato, dovuta soprattutto alla nascita della psicologia cognitiva. Va inoltre tenuta presente l'influenza portata dalle nuove tecnologie di informazione di massa (ad esempio la televisione), usate spesso anche per azioni propagandistiche. L'attenzione si sposta quindi verso il contesto in cui ci troviamo, che sia esso mediatico, politico o altro. L'ideologia è uno “strumento” molto potente, tuttavia è un concetto polisemico (quindi ambiguo) che deve essere ben circoscritto nel suo significato all'interno del contesto proprio della ricerca.



L'articolo scritto da **Converse** fu molto importante perché rovesciò la prospettiva deterministica sopra descritta, secondo la quale le persone sono guidate nei loro comportamenti dalla loro personalità o cultura politica senza poterli cambiare in alcun modo. Per Converse invece le persone, tendenzialmente, quando si avvicinano alla politica lo fanno senza avere delle vere e proprie convinzioni pregresse. Questa posizione ha tuttavia delle conseguenze "drammatiche" in quanto:

- Frantuma gli studi precedenti che hanno per l'appunto adottato una prospettiva della personalità o della cultura politica;
- Frantuma anche l'assunto di base del *civis democraticus* per cui il discorso politico ha sempre come destinatari un pubblico di cittadini consapevoli e quindi informati.

Per Converse un ipotetico ideologo è tale se rispetta almeno le due seguenti condizioni:

1. Egli riesce ad intrattenere con sé stesso una serie di convinzioni/opinioni tra loro interdipendenti e coerentemente legate (ovvero se aderisce ad un **sistema di credenze**);
2. L'interdipendenza che si viene così a creare è stabile nel tempo. Ovviamente le persone possono cambiare idea in seguito alla loro esperienze rimanendo aderenti ad un'ideologia, ma ciò non deve accadere costantemente.

In particolare Converse si preoccupò poi di capire se i cittadini americani tendono ad aderire ad un'ideologia. Per fare ciò cercò di capire se essi fanno comunemente uso di **categorie ideologiche** (ad esempio la distinzione fra destra e sinistra politica) e di capire se sono in grado di comprenderne veramente il significato. Si interrogò a questo punto se le opinioni rilevate sul campione sono determinanti nel prevedere i loro comportamenti politici, in altre parole indagò la coerenza delle convinzioni dei cittadini americani. Dai dati ottenuti il ricercatore scoprì intanto che solamente il 10% circa degli intervistati possono essere definiti come aderenti ad un'ideologia (sanno di cosa parlano e hanno un'opinione coerente in merito).

TABLE I— Distribution of a Total Cross-Section Sample of the American Electorate and of 1956 Voters, by Levels of Conceptualization

| | Proportion of total sample | Proportion of voters |
|-------------------------|----------------------------|----------------------|
| I. Ideologues | 2½% | 3½% |
| II. Near-ideologues | 9 | 12 |
| III. Group interest | 42 | 45 |
| IV. Nature of the times | 24 | 22 |
| V. No issue content | 22½ | 17½ |
| | 100% | 100% |

Di questa percentuale converse verificò poi, come detto prima, la coerenza delle loro opinioni scoprendo che i veri ideologi sono solamente nel 2,5%. Converse cercò di verificare a questo punto la stabilità di queste ideologie attraverso un **panel**, cioè un disegno di ricerca che permette di intervistare le stesse persone a distanza di tempo confrontandone le risposte. Scoprì che solamente un terzo dei cittadini americani sono coerenti nelle loro opinioni, non è perciò possibile fare previsioni future generali sui comportamenti politici di tutti i cittadini.

| Q. 11A. [V580021] "THE GOVERNMENT SHOULD LEAVE THINGS LIKE ELECTRIC POWER AND HOUSING FOR PRIVATE BUSINESSMEN TO HANDLE." | | | | | |
|---|-------|-----------|----------|-------|-------|
| | Agree | Uncertain | Disagree | DK | Total |
| Agree | 337 | 46 | 231 | 38 | 652 |
| | 23,24 | 3,17 | 15,93 | 2,62 | 44,97 |
| Q. 12A. [V580023] "THE GOVERNMENT IN WASHINGTON OUGHT TO SEE TO IT THAT EVERYBODY WHO WANTS TO WORK CAN FIND A JOB." | | | | | |
| Uncertain | 44 | 8 | 30 | 5 | 87 |
| | 3,03 | 0,55 | 2,07 | 0,34 | 6 |
| Disagree | 191 | 23 | 85 | 21 | 320 |
| | 13,17 | 1,59 | 5,86 | 1,45 | 22,07 |
| DK | 247 | 15 | 40 | 89 | 391 |
| | 17,03 | 1,03 | 2,76 | 6,14 | 26,97 |
| Total | 56,48 | 6,34 | 26,62 | 10,55 | 100 |
| N | 819 | 92 | 386 | 153 | 1450 |

Ne segue una concezione dell'opinione pubblica destrutturata e incapace di seguire il discorso politico. Infine Converse scoprì che tale fenomeno di ignoranza e incapacità a seguire attivamente il discorso politico è maggiore fra le masse e minore fra le élite, queste ultime presentavano infatti un **coefficiente di correlazione** maggiore fra le risposte. Tale coefficiente varia fra 0 e 1: tanto più è vicino a 0 e tanto più le risposte dell'intervistato non sono coerenti fra loro (e viceversa).

XXIII. Lezione 23 – 01/12/2022

i. "Critiche allo studio di Converse"

La critica metodologica di Achen

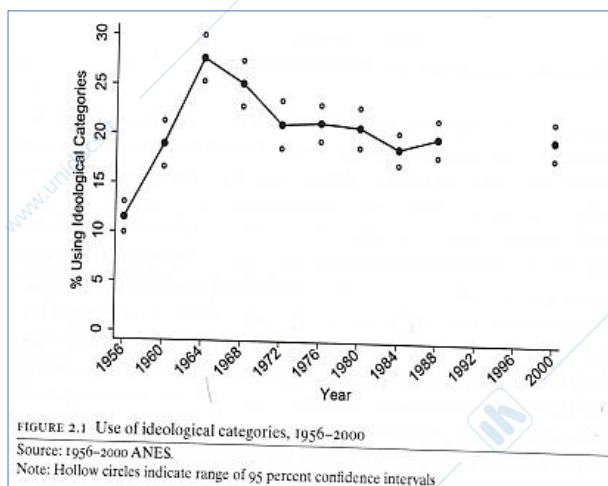
➤ Nel 1975 lo studioso **Achen** criticò la ricerca fatta da Converse per una questione puramente metodologica riguardante un problema di misurazione. Achen affermò infatti che i coefficienti di correlazione individuati da Converse non tenevano conto degli errori non sistematici che potevano essere stati compiuti ad esempio dagli intervistati per via di un'incomprensione della domanda. Per lo studioso i risultati della ricerca dovrebbero perciò essere rivisti attraverso un lavoro di *pulizia dei dati*, considerando per l'appunto questa tipologia di errori. Dopo la sua correzione Achen notò un notevole aumento della coerenza delle opinioni dei cittadini.

| | Observed r 's | | Corrected r 's | |
|-------------------------------|--------------------------|--|--------------------------|--|
| | Federal Aid to Education | Government Intervention in Housing and Electricity | Federal Aid to Education | Government Intervention in Housing and Electricity |
| <i>Social Welfare Issues</i> | | | | |
| Guaranteed Jobs | .37 | .06 | .72 | .14 |
| Federal Aid to Education | — | .14 | — | .33 |
| <i>Foreign Policy Issues</i> | | Maintain Army Overseas | Foreign Aid | Maintain Army Overseas |
| Isolationism | .34 | .20 | .73 | .43 |
| Foreign Aid | — | .12 | — | .27 |
| <i>Civil Rights Issues</i> | | School Integration | School Integration | |
| Federal Assistance to Negroes | .45 | | .82 | |
| | | Federal Assistance to Negroes | | |

Quella di Achen è tuttavia una critica non libera da contro-obiezioni: è stato fatto notare che la presenza di un forte livello di errori non sistematici è parte integrante del problema che Converse ha dimostrato esistere (se gli intervistati fraintendevano le domande era proprio per via della propria scarsa consapevolezza politica). Ripulire i dati dagli errori di quel tipo non era cioè coerente con il contesto reale che si intendeva analizzare.

Nie e Andersen – La variazione nel tempo della coerenza ideologica

I ricercatori **Nie e Andersen** non criticarono tanto Converse, quanto la validità del suo lavoro nel tempo (lo contestualizzarono rispetto agli anni in cui fu svolto). Per loro quindi i risultati ottenuti erano validi solamente in relazione al periodo in cui è stato condotto lo studio, cioè gli anni '50. Essi affermano che la capacità delle persone di seguire attivamente la politica non dipende tanto da loro quanto dal contesto, il quale dovrebbe garantire in primo luogo dei messaggi chiari. A distanza di tempo si è poi notato come il maggiore livello di attenzione politica da parte dei cittadini è presente quando la politica è **polarizzata**, ovvero quando è facilmente distinguibile quali



posizioni sono prese dai diversi partiti, i quali si pongono l'uno contro l'altro. In particolare dagli anni '60 si è notato un picco di preoccupazione politica in seguito alla polarizzazione del discorso pubblico intorno alla posizione razziale. Si iniziò infatti a contestare che un terzo dei cittadini americani, quelli di colore, non avessero garantiti loro dei diritti fondamentali (come il voto) e che fossero soggetti a forti discriminazioni (per esempio con il fenomeno del **busing**, ovvero la pratica di assegnare e trasportare studenti nelle scuole all'interno o

all'esterno dei distretti scolastici locali nel tentativo di diversificare la composizione razziale delle scuole). A questo si aggiunsero i movimenti hippie che si schieravano radicalmente contro la guerra in Vietnam.

Anche se questa critica risulta essere molto sensata c'è da tenere presente che parte dell'aumento del coefficiente di correlazione medio è stata probabilmente dovuta al fatto che in

quegli anni (1964) furono modificate, e migliorate, le domande usate per la creazione dell'indice. In particolare si passò da una formulazione più "secca" e diretta ad una più complessa ma efficace. Attraverso l'utilizzo di **domande filtro** si cercava prima di capire se gli intervistati avessero o meno un'opinione in merito ai temi trattati, in modo da chiedere solamente a chi avesse risposto sì cosa ne pensavano. Strategie come questa e il **bilanciamento delle domande** furono probabilmente applicate in quanto i ricercatori si resero conto di quanto fossero influenti sui risultati i problemi dell'**acquiescenza** e del **response set**.

La critica concettuale di Lane

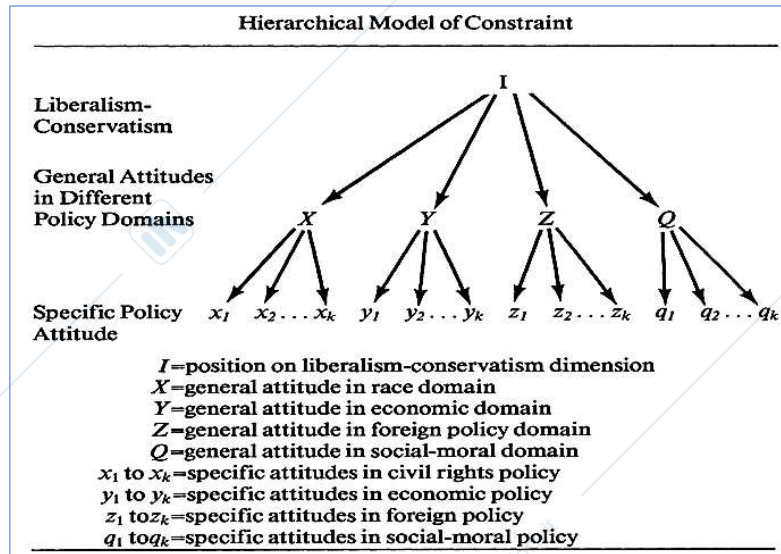
➤ Secondo la studiosa **Lane** la definizione di ideologia proposta da Converse non è corretta: ridurre tale concetto all'interdipendenza fra opinioni significa imporre una costrizione eccessiva al modo con cui le persone ragionano. Per Lane è infatti essenziale avvicinarsi al modo attraverso il quale i cittadini americani formano le loro categorie ideologiche (passaggio dal processo analitico dell'analista a quello del soggetto). A tal fine opera una prima fondamentale distinzione fra due categorie di metodi usati dalle persone:

- **Contextualising (metodo contestualizzante)** → corrisponde a quello atteso da Converse da tutti i cittadini e consiste nella collocazione di concetti ed eventi in un contesto specifico e coerente delle loro conoscenze e opinioni. Solamente pochi cittadini americani, secondo Lane, ragionano seguendo questo metodo;
- **Morseling (metodo frammentario)** → consiste nell'affrontare i vari eventi politici "ad isole e arcipelaghi", ovvero come se fossero isolati gli uni dagli altri, nella loro specificità. L'utilizzo di questo metodo da parte delle persone piuttosto che del precedente non implica che esse pensino di meno ai temi trattati, semplicemente lo fanno in modo diverso (anche se peggiore).

Si arrivò inoltre alla conclusione che non è vero che le persone non organizzano coerentemente nessuna delle loro opinioni, ma che tale processo dipende:

- a) Dal contesto politico in cui si è inseriti, portatore di temi rilevanti intorno ai quali si organizza il loro pensiero;
- b) Dal livello di comprensione della politica, molto legata al livello di istruzione in quanto esso garantirebbe una maggiore capacità organizzativa delle informazioni ricevute in maniera coerente.

Ne segue che il nostro modo di organizzare i pensieri sia di natura gerarchica, che si costruisce cioè a partire da un asse centrale rappresentato da alcuni "temi caldi" (come potrebbe essere ad esempio quello razziale), ramificandosi via via in altre "direzioni".



Questo metodo di organizzazione delle opinioni risulta essere più probabile rispetto a ciò che diceva Converse e si posiziona in linea con l'evoluzione delle tecnologie (ad esempio lo sviluppo di sofisticati metodi propri della **statistica**).

ii. "Formazione delle preferenze politiche delle persone"

"Come le persone formano le loro preferenze politiche?"



Questo processo si basa su una serie di assunti:

- **Recezione** → capacità di ricevere e comprendere messaggi (ad esempio grazie all'apertura mentale) legata all'**articolazione cognitiva** di una persona, la quale è solo in parte associata al suo livello di istruzione. L'articolazione cognitiva inoltre non è una capacità innata ma la si può imparare e allenare;
- **Resistenza** → attraverso il lavoro di filtraggio da parte delle nostre predisposizioni che determinano la tendenza alla conservazioni delle nostre convinzioni. Questo ovviamente al netto della nostra capacità di ricevere messaggi;
- **Accessibilità** → riguarda la possibilità di mantenere nella nostra memoria a breve termine le informazioni collegate al messaggio ricevuto. Si noti che più una persona possiede opinioni coerenti con le informazioni percepite, oltre a richiamarle frequentemente, e più facilmente queste ultime verranno accettate;
- **Risposta** → gli intervistati la producono in seguito alla media delle loro considerazioni che sono rese più immediatamente salienti e accessibili (le informazioni maggiormente accessibili sono quelle più frequentemente usate).

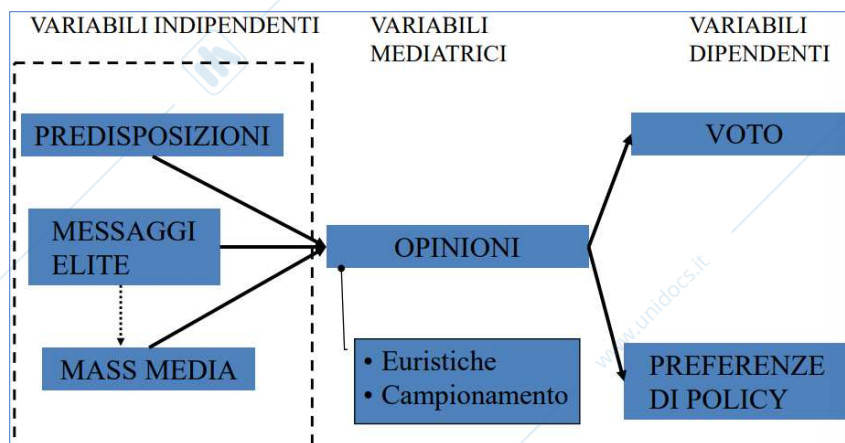
Il **modello RAS** prende in considerazione quanto detto fino ad ora e ci permette di produrre delle previsioni su come le persone si comportano.



XXIV. Lezione 24 – 06/12/2022

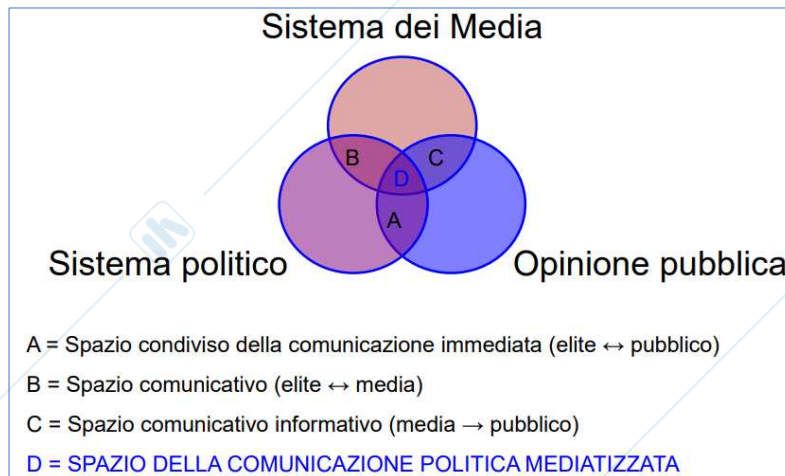
“Il ruolo dei mass media nell’opinione pubblica”

Spostarci a riflettere su quale influenza abbiano avuto i mezzi di comunicazione di massa (dai più antiquati ai più recenti) non fa altro che permetterci di continuare a percorrere il passaggio, già cominciato con lo studio dell’ideologia, dall’analisi dei fattori interni (all’organismo umano) che influiscono sull’opinione pubblica a quelli esterni (riguardanti cioè il contesto). Possiamo definire il periodo di “boom” del ruolo dei mass media nell’influencare i comportamenti dei cittadini come **era/fase del framing**.

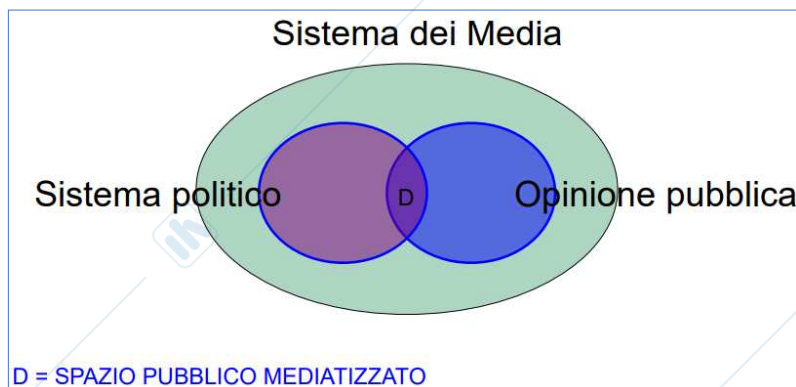


Ovviamente l’evoluzione degli strumenti mediali ha portato questi ultimi, e di conseguenza la comunicazione tutta, a diventare più diretti. A tal proposito basti pensare all’innovazione portata da moderni mass media quali la radio, la televisione e i social media. Tra i lati negativi di questa evoluzione riportiamo tuttavia la recente tendenza dei mass media ad enfatizzare le notizie negative, ritenute più sensazionalistiche. Alcuni studiosi ritengono che sia proprio questa tendenza ad aver creato un clima di sfiducia politica e pessimismo nei cittadini (*deficit democratico*).

Possiamo vedere l’interazione fra le diverse aree della comunicazione e informazione politica attraverso il seguente *modello pubblicistico-dialogico della comunicazione politica*:



Questo è un modello complicato, che riporta diversi attori come compositori del panorama della discussione politica. Ad oggi tuttavia si ritiene che tale modello non sia più adeguato a descrivere le modalità attraverso le quali tale discussione viene affrontata. A tal problema è seguita la creazione del modello "mediatizzato" di comunicazione politica:



Un semplice esempio che fa riferimento a questo modello è quello per il quale molto spesso i governanti dei paesi non comunicano direttamente fra loro, ma si rispondono indirettamente dopo aver appreso delle notizie dai giornali o da fonti di informazioni primarie (ad esempio l'ANSA). Considerato ciò possiamo dire di trovarci in una sorta di *circolo endogamico* (figurativamente parlando), ovvero una situazione in cui le notizie nascono tutte all'interno dei mezzi di comunicazione di massa, senza cioè alcuna autonomia propria.

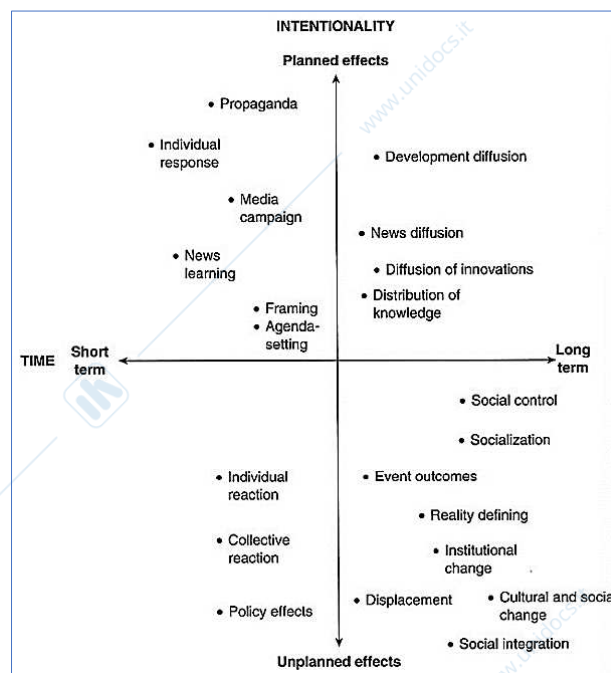
Possiamo considerare lo studio degli effetti mediali in rapporto a tre diverse fasi:

1. Fase della "siringa ipodermica" → secondo cui i mass media hanno un enorme effetto di condizionamento sui pensieri, atteggiamenti e comportamenti delle persone. Tale concezione, per così dire ingigantita, nasce in seguito all'utilizzo che delle nuove tecnologie di comunicazione di massa fu fatto dai dittatori durante la seconda guerra mondiale in Italia e Germania. La metafora della siringa vuole dare l'idea di una somministrazione veloce, pervasiva e immediata, un po' come quando facciamo un vaccino. Un esempio, più volte citato, coerente con quanto detto fino ad ora è rappresentato da "La guerra dei mondi" di **Orson Wells**, un programma radiofonico in cui fu raccontata una storia di un ipotetico attacco alieno. Tale storia, seppur inventata, scatenò il panico fra gli ascoltatori.

Anche se questo evento fu oggetto di numerosi studi è bene dire che Wells non aveva nessuna intenzione di provocare quanto successo;

2. Fase degli **effetti limitati** (o fase di **rigetto**) → per la quale qualsiasi messaggio reiterato e/o proposto dai mass media avrebbe degli effetti sulla popolazione molto limitati. Le idee proposte durante questa fase si pongono quindi in una situazione di netto contrasto con ciò che fu detto nella fase precedente;
3. Fase degli **effetti condizionati** → nella quale si cerca di mettere in comunione/unire le considerazioni proposte nelle due precedenti fasi. Un noto esempio coerente con questa fase è quello dell'agenda-setting, di cui ci occuperemo tra poco.

Gli effetti dei mass media sull'opinione pubblica possono essere dei **micro-effetti** (se di piccola portata perché riguardano i singoli individui) o dei **macro-effetti** (se di grande portata perché riguardano delle aggregazioni).



Fra i micro-effetti (tra i quali inoltre distinguiamo gli effetti cognitivi, percettivi e comportamentali) troviamo:

- **Formazione e cambiamento delle opinioni** → Tra le tante teorie a riguardo troviamo un buon punto di partenza in quella proposta in seguito all'esperimento di **Pavlov**, il quale scoprì che è possibile provocare un processo di apprendimento forzato su un cane portandolo a salivare al solo sentire una campanella suonare. Ciò avviene in seguito ad un percorso nel quale, per molte iterazioni, al cane viene portato del cibo (*stimolo incondizionato*) e contemporaneamente viene fatta suonare la campanella (*stimolo condizionato*).

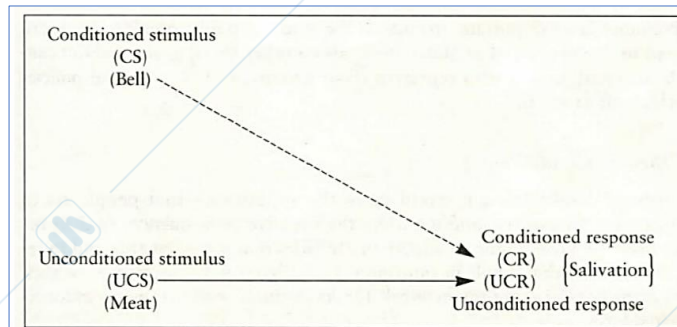
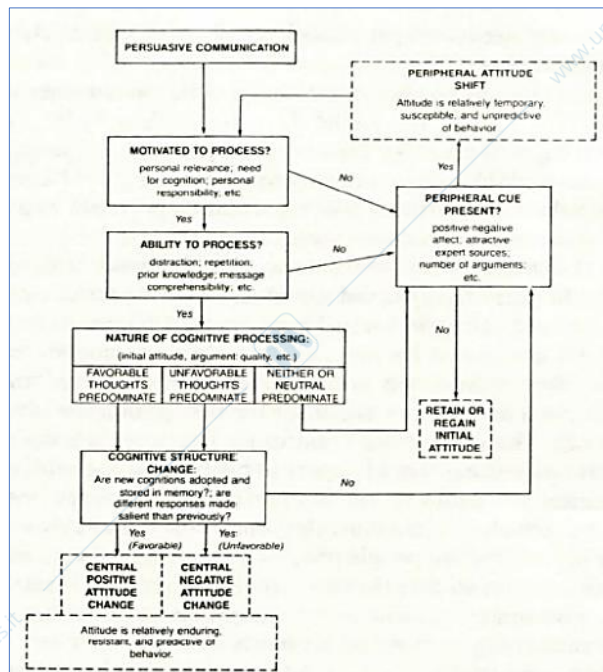


FIGURE 4.2 An Example of Classical Conditioning. SOURCE: R. E. Petty and J. T. Cacioppo, *Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches* (Dubuque, IA: William C. Brown Company Publishers, 1981), p. 41.

Per Pavlov un meccanismo di questo tipo, ovvero un meccanismo basato su **stimoli** e **risposta**, è anche alla base di moltissimi comportamenti umani. Una teoria di questo tipo (ovvero basata su di un *modello non mediato*) è tuttavia troppo semplicistica ed è stata



infatti sorpassata da anni, nonostante si riconosca ancora la sua fondamentale importanza. Secondo il **modello ELM** invece la produzione di comportamenti si basa sull'articolazione cognitiva delle persone, la quale le porta alla scelta di una delle due seguenti strade:

a) "Strada tradizionale" → in seguito al ricevimento di un qualsiasi tipo di stimolo vengono chiamate in causa le strutture cognitive della persona che produrranno il risultato finale. Tale risultato potrà configurarsi come il rafforzamento o il cambiamento di un comportamento, atteggiamento o opinione;

b) "Scorciatoia cognitiva" → in presenza di una situazione che provoca basso livello motivazionale il risultato finale sarà prodotto selezionando la "via più semplice" in seguito all'individuazione di alcuni "indizi" (è ciò che accade ad esempio quando associamo ad un certo evento un comportamento con il quale reagire).

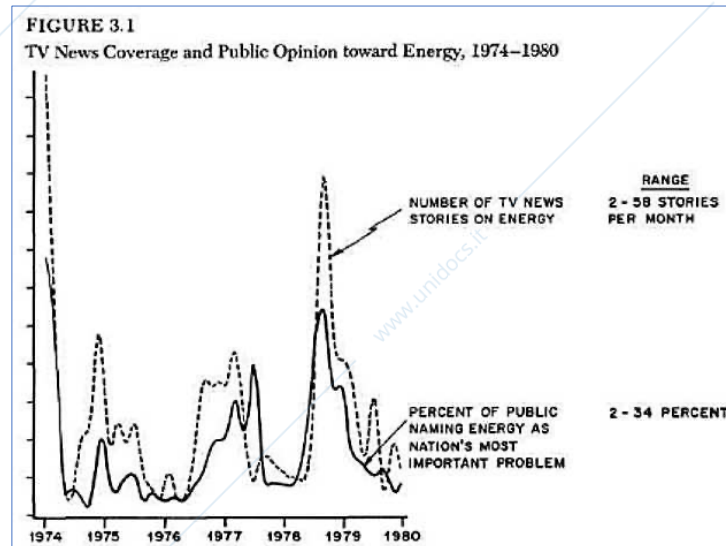
- **Agenda-setting** → teoria per la quale gli effetti dei media sono "limitati" alla decisione di quali argomenti le persone affronteranno (definizione delle priorità), e non cosa esse pensano a riguardo o più in generale come le affronteranno. Quello dell'agenda-setting è un concetto che ha subito vari studi nel corso degli anni, anche prima di assumere definitivamente questo nome. Le sue origini possono quindi essere rintracciate nelle osservazioni di **Lippmann e Cohen**, i quali arrivarono a risultati simili l'uno indipendentemente dal lavoro dell'altro. Nello specifico per **Lippmann**:

"Le persone agiscono sulla base della loro immagine del mondo che è solo un riflesso della realtà"

...mentre per Cohen:

"Media may not be successful much of time in telling people what to think but it is successful in telling what to think about"

Per valutare l'effettiva esistenza di questo fenomeno sono state fatte in particolare due analisi: una **osservativa** e una **sperimentale**. Con l'indagine osservativa si sono cioè analizzati dei dati già precedentemente raccolti e si notò una correlazione fra la copertura mediatica di un certo tema e la sua presenza all'interno dell'attenzione pubblica.



Per verificare la presenza di causalità fu tuttavia necessario procedere con un esperimento: furono presentati a diversi gruppi di persone telegiornali aventi una maggiore attenzione (a livello di minuti e servizi dedicati) su diversi temi (ad esempio la sicurezza nazionale). Si notò un significativo cambio di atteggiamenti da parte dei cittadini rispetto a quali temi ritenessero prioritari (ovviamente i temi scelti erano quelli a cui erano stati maggiormente sottoposti). È stato infine dimostrato che l'effetto di agenda-setting perdura nel tempo, anche se ovviamente non in eterno.

XXV. Lezione 25 – 07/12/2022

“Il framing”

Tra i micro-effetti dei mass media sull'opinione pubblica c'è anche il fenomeno del **framing**, che rimanda ad un gruppo di teorie, in parte collegate a quelle formulate in merito al fenomeno dell'agenda-setting, le quali sostengono che la narrazione con cui le diverse notizie sono riportate influisce fortemente su ciò che pensano le persone. In altre parole il modo in cui le cose vengono dette modifica le nostre opinioni, atteggiamenti e comportamenti. Le origini del termine vanno ricercate sia in studi di impronta sociologica che psicologica. Un esempio già affrontato in questo corso sul framing è quello riguardante l'esperimento sull'ordine delle domande in merito alla libera circolazione di giornalisti americani e/o cinesi [Riferimento: Lezione 10]. Più in generale però, nelle scienze sociali, il framing comprende un insieme di concetti e prospettive teoriche su come gli individui, i gruppi e le società organizzano, percepiscono e comunicano riguardo alla realtà. Il framing può manifestarsi con due modalità:

- **Frame in thought** → consiste in rappresentazioni mentali, interpretazioni e semplificazioni della realtà, è ovvero un modo per organizzare il proprio pensiero;
- **Frame in communication** → consiste nei metodi e nelle scelte con le quali i diversi *frames* (argomenti proposti alle persone) sono comunicati. Per quanto riguarda la comunicazione politica, ad esempio, si cerca di solito di rispondere alla domanda *“che cosa stabilisce la notiziabilità di un evento?”*.

Gli approcci di studio del framing come effetto dei media si differenziano sostanzialmente nel considerare il framing come variabili dipendente o indipendente, che rispettivamente si occupano di:

- **Frame building (costruzione del frame)** → cioè di come i frame creano il discorso sociale intorno ad un argomento e di come i diversi frame vengono adottati dai giornalisti o dalle organizzazioni;
- **Frame setting (attuazione del frame)** → cioè di come il framing dei media influenza il pubblico (l'audience).

Frame building

► Ci chiediamo innanzitutto come nascano i frame, e a tal proposito possiamo individuare una serie di fattori concorrenti:

- ◆ **Fattori sistemici** → riguardano la natura stessa del sistema mediatico e di quello politico presi in considerazione, per esempio il giornale dipendente dagli sponsor o da un singolo imprenditore avrà un grado di autonomia diverso rispetto ad un'azienda privata;
- ◆ **Fattori organizzativi** → riguardano le caratteristiche dell'organizzazione dei media quali: orientamento politico, pratiche professionali, eventuali relazioni con il governo, ecc... (per esempio fino a non molti anni fa nel mondo anglosassone le figure dei giornalisti e dei politici si tenevano a distanza);
- ◆ **Fattori spazio-temporali** → ovvero il semplice passaggio di tempo o la differente posizione geografica (in una nazione piuttosto che in un'altra ad esempio);
- ◆ **Fattori culturali**.

Frame setting

► Per far sì che l'esposizione ai diversi frame abbiano un effetto sulle persone bisogna considerarli rispetto a due dimensioni ben precise:

- **Accessibilità** → essa riguarda in particolare il modo in cui le persone conservano le informazioni a cui sono esposte. Ciò avviene nei cosiddetti *contenitori di riferimento nella memoria a lungo termine*, che sono organizzati secondo la politica del *“first in first out”*. Le informazioni più recenti alle quali siamo esposti saranno quindi, ovviamente, le più facili da essere richiamate alla memoria (cioè le più accessibili). Si noti come il concetto di accessibilità dipenda anche dalla frequenza di esposizione alle informazioni e al grado di interesse personale di ogni individuo rispetto ai temi più disparati;
- **Applicabilità** → i frame richiamati/previsti devono essere appropriati alle situazioni in cui le persone si trovano. Tali legami scaturiscono dalla situazione stessa e spesso vengono *“forzati”* enfatizzando determinate parti del discorso (pensiamo ad esempio ad un articolo scritto su un giornale sul quale viene posto l'accento su di un determinato tema, il modo in cui ciò avviene influenzerà i nostri pensieri e richiamerà più velocemente le informazioni memorizzate). L'applicabilità non dipende direttamente da noi, in quanto più frame

riceviamo in merito ad un determinato argomento e più diventeremo competenti a riguardo. **Sull'applicabilità influisce tuttavia anche la sensibilità personale di ogni individuo.**

Nella ricerca in merito agli effetti dei media sono stati poi definiti due particolari tipi di frame:

- ♦ **Equivalency frames** → offrono frasi diverse ma logicamente equivalenti, che inducono gli individui a modificare le loro preferenze. Essi rappresentano cioè i cambiamenti nella struttura della comunicazione per evocare un particolare schema cognitivo;
- ♦ **Emphasis frames** → sono spesso formulate in termini di "guadagni" contro "perdite", elementi questi che provocano un effetto sulle decisioni delle persone.

Per quanto riguarda gli emphasis frames riportiamo come esempio il noto esperimento di **Kahneman e Tversky**:

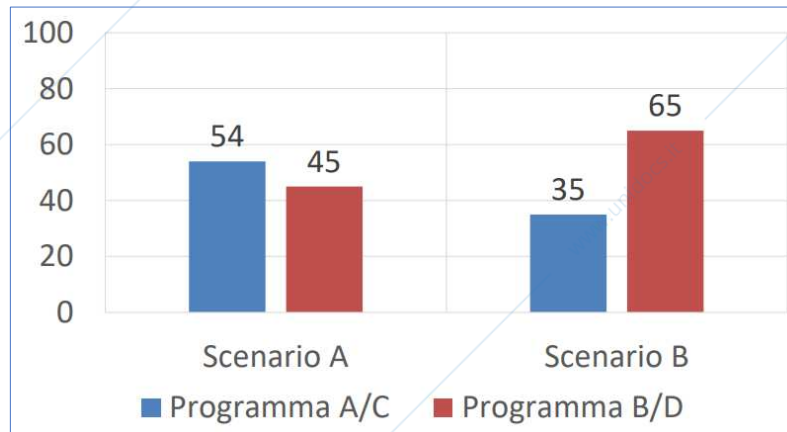
Immaginate che gli Stati Uniti si stiano preparando allo scoppio di un'inusitata malattia asiatica, che dovrebbe uccidere 600 persone. Sono stati proposti due programmi alternativi per combattere la malattia. Supponiamo che la stima scientifica esatta delle conseguenze dei programmi sia la seguente:

Problema 1

- Se il Programma A è adottato 200 persone verranno salvate
- Se il Programma B è adottato. Vi è la probabilità di 1/3 che 600 persone saranno salvate e una probabilità di 2/3 che nessuno si salvi

Problema 2

- Se il Programma C è adottato 400 persone moriranno
- Se il Programma D è adottato, vi è la probabilità di 1/3 che nessuno morirà e una probabilità di 2/3 che 600 persone moriranno



I risultati, facenti riferimento alla situazione cosiddetta di **risky choice frame**, ci dicono che le persone preferiscono le **risposte categoriche** (che danno cioè certezze) quando si parla di guadagnare/salvare qualcosa o qualcuno. Vale anche il viceversa, ovvero che le persone sono più disposte a rischiare (in questo caso a scegliere **risposte probabilistiche**) quando c'è la possibilità di perdere qualcosa o qualcuno. In generale possiamo quindi affermare che gli individui valutano le situazioni in modo diverso se sono formulate in termini di acquisizione o di perdita. **Questo esperimento fu di fondamentale importanza in quanto "distrusse" il concetto di utilità attesa** per il quale i costi e i benefici rispetto ad una scelta sono sempre comparabili (sono cioè valutati rispetto ad una stessa scala).

XXVI. Lezione 26 – 13/11/2022

“Rapporto fra opinione pubblica e politiche pubbliche”

Si parla invece di **priming** quando l'attenzione dei media nei confronti di un certo problema politico porta le persone (opinione pubblica) a dare un peso particolare a quel problema nel momento in cui si costruiscono valutazioni sulla performance del governo. A differenza dei *micro-effetti* fino ad ora presentati, i *macro-effetti* che hanno i mass media sull'opinione pubblica sono così pervasivi da arrivare ad influenzare, passando per l'opinione pubblica stessa, anche le politiche dei diversi governi. Sul rapporto fra opinione pubblica e politiche pubbliche sono state proposte una serie di tesi nel corso del tempo, qui presentate in ordine cronologico:

1. **Tesi dei “grandi effetti”** → attribuisce all'opinione pubblica un grande potere di influenzare la politica;
2. **Tesi dei “piccoli effetti”** → gli effetti attribuiti all'influenza dell'opinione pubblica vengono rivalutati e di conseguenza ridimensionati;
3. **Tesi dell'impatto condizionale** → trova un punto di incontro fra le precedenti due tesi.

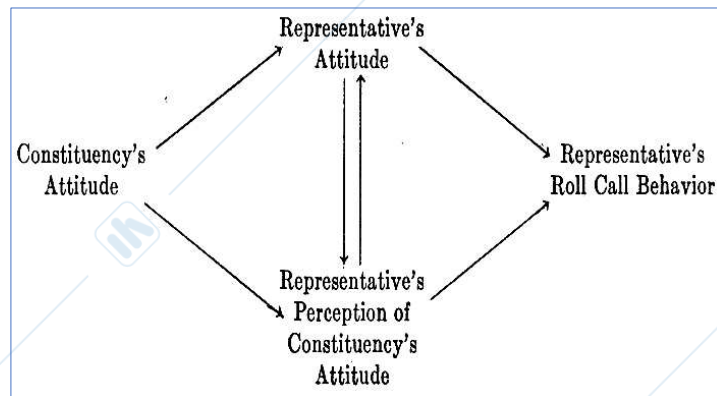
Concentriamoci sulla categoria della tesi dei “grandi effetti”, all'interno della quale possiamo individuare un'ulteriore distinzione:

1. **Studi correlazionali** → cercano di stabilire l'esistenza o meno di una relazione fra ciò che pensa l'opinione pubblica e ciò che pensano e fanno le élite politiche. Tale correlazione è possibile solamente nel caso in cui l'opinione pubblica ha un impatto sulle politiche pubbliche. Le correlazioni individuabili possono essere di natura diversa, ad esempio verificando se le scelte politiche di un governo sono in linea con le aspettative della maggioranza della propria base elettorale. Oppure si può verificare se gli atteggiamenti e le opinioni dei politici sono coerenti con la maggioranza di chi li ha eletti;
2. **Studi di caso in profondità** → prendono in esame un singolo caso, per esempio partendo da un documento reso pubblico dal governo in merito ai processi decisionali interni che hanno portato all'attuazione di una norma riguardante un tema specifico. L'obiettivo è quindi quello di verificare il ruolo dell'opinione pubblica all'interno di tali processi decisionali.

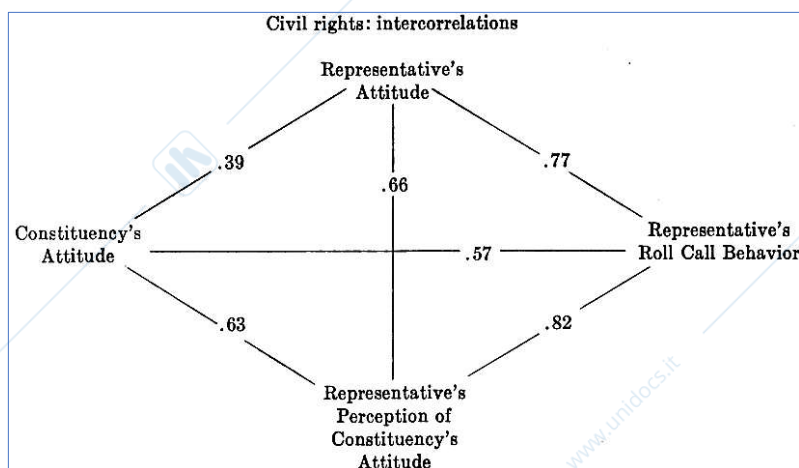
Proponiamo adesso due esemplificazioni di studi correlazionali:

Studio di Miller e Stokes

➤ I due ricercatori si chiesero se i comportamenti dei parlamentari americani, e in particolare i loro voti in favore o sfavore alle norme, sono in linea con la maggioranza della propria base elettorale appartenente al loro stesso partito.



A tal riguardo ci si interrogò anche sul ruolo ideale dei parlamentari, i quali possono infatti porsi come dei delegati (se raccolgono le opinioni dei propri elettori e le portano in parlamento) oppure dei fiduciari (se interpretano personalmente le decisioni da prendere rispetto a ciò che è meglio per coloro che li hanno eletti). I parlamentari potrebbero poi votare in base a ciò che loro ritengono essere le opinioni della propria base elettorale, rischiando quindi di cadere in una sorta di errore di supponenza. Per tutte le variabili prese in considerazione nel modello proposto da **Miller e Stokes** sono state analizzate le relazioni (dirette e indirette), arrivando così a produrre una lista di indici (variabili fra 0 e 1) riguardanti la forza di tali relazioni.



Si nota così, ad esempio, che il collegamento diretto fra i pensieri della base elettorale e i comportamenti del parlamentare da loro eletto ha un'intensità di solo 0.57 (più è elevato il coefficiente e più sarà forte la relazione). Per quanto riguarda invece le relazioni indirette fra due variabili la forza della relazioni è ricavata dalla moltiplicazione dei coefficienti associati alle relazioni di cui esse sono costituite. In questo modo è possibile confrontare sempre e comunque la forza delle relazioni prese in considerazione, per esempio:

$$0.39 \times 0.77 < 0.63 \times 0.82$$

È evidente come i comportamenti e atteggiamenti dei parlamentari eletti dipendano fortemente dalla percezione che gli stessi hanno delle opinioni dei propri elettori (*trasmissione mediata*). È inoltre vero che ciò che la base elettorale pensa dei propri rappresentanti è a sua volta influenzato da ciò che gli stessi rappresentanti pensano di loro.

Da questo studio possiamo effettivamente rilevare l'esistenza di una relazione fra opinione pubblica e politiche pubbliche, tuttavia essa è molto più complessa di quello che si potrebbe

comunemente pensare. È stato successivamente rilevato che tale relazione dipenda dagli ambiti presi in considerazione, sarà cioè differente ad esempio fra politica estera e politica interna. In questo caso specifico si potrebbe supporre che ciò sia dovuto ad una diversa precisione e chiarezza di opinioni da parte dei cittadini in politica estera rispetto a quella interna.

Studio di Monroe

> **Monroe** tentò di trovare una relazione fra le politiche attuate dal governo in carica e le aspettative della maggioranza dei cittadini che l'ha votato. Si concentrò poi in particolare sul voler verificare se tale politiche si modificassero coerentemente con i cambi dell'opinione pubblica (si chiese cioè se i governi ascoltano i loro elettori). Scopri che ciò accade, o meglio che è molto probabile che ciò accada. Anche questa scoperta convaliderebbe l'ipotesi per la quale fra opinione pubblica e politiche pubbliche esista una relazione.

TABLE 9.1 Public Preference and Policy Outcome for All Nonspending Cases

| Outcome | Preference | |
|------------|------------|------------|
| | Status Quo | Change |
| Status quo | 56 (76%) | 61 (41%) |
| Change | 18 (24%) | 87 (59%) |
| Total | 74 (100%) | 148 (100%) |

A questo punto sorge tuttavia spontaneo chiedersi quanto sia razionale l'opinione pubblica nei suoi cambiamenti, se infatti essa non lo fosse la relazione precedentemente identificata (ovvero il fatto che le politiche dei governi tendenzialmente seguono i cambi dell'opinione pubblica)

Frequenza di cambiamenti significativi nell'opinione pubblica

| | Politica Interna | Politica Estera | Tutti i temi |
|------------------------|------------------|-----------------|----------------|
| Cambiamento* | 37 | 49 | 42 |
| Assenza di cambiamento | 63 | 51 | 58 |
| Totale | 100 (703) | 100 (425) | 100 (1.128) |

representerebbe un grande problema. Dai dati si rileva una situazione piuttosto stabile: l'opinione pubblica cambia raramente idee in modo drastico. La poca frequenza di cambio di idee in questo caso giustifica quindi i cambi che effettivamente avvengono come razionali in quanto sono spiegati quasi sempre da processi di lungo periodo (per esempio il processo di secolarizzazione in Italia o quello che ha portato oggi la maggior parte degli

americani a ritenere pericolosa la larga diffusione di armi da fuoco negli Stati Uniti).

Per chiarimenti o altri materiali
g.canapini@student.unisi.it