

LA PERSONALIZZAZIONE DELLA POLITICA ITALIANA. IL RUOLO DEI LEADER NELLE ELEZIONI DEL 1996

di Fulvio Venturino

L'importanza del leader

Sia negli Stati Uniti che altrove, lo studio del comportamento elettorale si è incentrato su fattori di breve e di lungo periodo. Fra i primi rientrano quelle motivazioni delle scelte degli elettori che sono soggette a cambiamenti fra un'elezione e l'altra, come nel caso dei candidati e dei programmi partitici; i fattori di lungo periodo al contrario rimangono stabili per periodi di tempo prolungati se non per l'intera vita di un elettore, come accade ad esempio per la religione, le inclinazioni ideologiche e l'identificazione partitica.

Negli anni '50 e '60, sotto l'influenza del *Columbia approach* (Berelson, Lazarsfeld e McPhee 1954) e del *Michigan approach* (Campbell, Converse, Miller e Stokes 1960), l'attenzione si concentrò prevalentemente sui fattori del secondo tipo, dando vita alle interpretazioni basate sui concetti di *class voting* e di *party identification*. In tempi più recenti tuttavia l'interesse dei ricercatori è andato incentrandosi sui fattori di breve periodo, che possono meglio spiegare la crescita della mobilità del voto registrata a partire dagli anni '70 (Nie, Verba e Petrocik 1979); per ciò che concerne gli Stati Uniti, l'elezione diretta del capo del governo prevista dal sistema presidenziale ha prodotto una

Versioni precedenti di questo scritto sono state migliorate dalle indicazioni fornite da Franca Roncarolo e dai revisori anonimi della Risp. Devo inoltre ringraziare i partecipanti al workshop su «Forme di partecipazione politica nella transizione alla "Seconda Repubblica"», coordinato da Daniele Caramani e Donatella Della Porta nell'ambito del Convegno annuale della Sisp tenuto a Trieste il 23 e 24 settembre 1999. In quella sede Roberto Cartocci ha rivelato particolare pazienza nell'esame di tutti gli aspetti trattati. Stefano Banti è stato di grande aiuto nell'analisi empirica dei dati, il cui uso mi è stato permesso da Renato Mannheim, che ha a sua volta fornito commenti ad una stesura preliminare. L'attribuzione di responsabilità è quella consueta.

grande enfasi sul ruolo dei candidati, tanto da generare recentemente la nozione di *candidate-centered politics* (Watterberg 1991).

L'attenzione per i candidati alla presidenza americana tuttavia non esaurisce l'interesse della scienza politica per il ruolo assunto dai fattori personalistici nella campagna elettorale. Negli ultimi anni, infatti, è apparsa una notevole quantità di letteratura che avanza la tesi della «presidenzializzazione» in atto nei sistemi parlamentari anglosassoni (Bean 1993; Bean e Mughan 1989; Graetz e McAllister 1987; Nadeau *et al.* 1996). Questo termine probabilmente poco felice – ma ormai affermato – indica la crescita dell'importanza del leader di partito in qualità di fattore che motiva il voto degli elettori anche nei sistemi parlamentari.

Il punto di partenza della letteratura sulla presidenzializzazione dei sistemi parlamentari consiste nella critica alla contrapposizione fra il presidenzialismo statunitense e le altre *english-speaking democracies*, vale a dire Gran Bretagna, Australia e Canada¹. Per quanto importante, questa contrapposizione pecca di formalismo e coglie solo parte delle differenze fra tipi diversi di democrazia. Anche entro il novero dei regimi parlamentari esiste, in misura variabile, la possibilità per i cittadini di eleggere il governo in modo «come se diretto» (Sartori 1998³). Il grado di decisività delle elezioni – ossia la capacità di un sistema elettorale di attribuire la scelta del governo ai cittadini piuttosto che alle trattative parlamentari – dipende principalmente dalla conformazione e dal funzionamento del sistema dei partiti. La scelta diretta del governo da parte dell'elettore è resa particolarmente problematica nel caso di sistemi multipartitici caratterizzati da un sistema elettorale proporzionale e da governi di coalizione. In regimi di questo tipo – di cui costituiscono esempio l'Italia fino al 1994, Israele fino alla riforma costituzionale del 1992 e l'Olanda – l'esecutivo è espressione della contrattazione parlamentare e l'elettore si limita con il suo voto a stabilire i rapporti di forza fra i partiti. Ben diverso è il caso dei sistemi politici che si avvalgono della rappresentanza di tipo maggioritario. Qui il sistema elettorale opera effetti meccanici e psicologici (Cox 1997) che riducono il numero dei partiti, come avviene

¹ Per quanto fino a tempi recenti abbia rappresentato l'esempio più chiaro di democrazia di tipo Westminster (Lijphart 1988) la Nuova Zelanda non viene trattata con la stessa frequenza.

ne in Gran Bretagna, o quantomeno favoriscono la formazione di coalizioni elettorali, come avviene attualmente in Italia. In entrambi i casi, i partiti offrono all'elettore la scelta fra due partiti o fra due coalizioni, una delle quali è destinata a formare il governo, mentre all'altra è riservato il ruolo di opposizione. In definitiva, dunque, l'elezione diretta del potere esecutivo da parte degli elettori non è prerogativa esclusiva del presidenzialismo; si tratta piuttosto di una conseguenza del tipo di rapporto esistente fra arena elettorale e istituzioni di governo, cosicché alcuni tipi di regime parlamentare – le democrazie maggioritarie – esibiscono un livello di decisività elettorale più prossimo ai sistemi presidenziali che al parlamentarismo arrangiato in modo proporzionale. Dunque, sia i sistemi presidenziali che alcune forme di parlamentarismo consentono la scelta del capo del governo da parte dei cittadini; e di conseguenza anche negli studi sulle elezioni nei sistemi europei di *party government* vengono utilizzate variabili indipendenti relative all'identificazione partitica contestualmente alle caratteristiche individuali del candidato.

A differenza di quanto avviene altrove, l'attenzione per i fattori personali non è molto diffusa nella ricerca sul sistema politico italiano. Il motivo va probabilmente ricercato nella centralità dei partiti, i quali sono stati a lungo considerati l'unico oggetto della scelta degli elettori, tanto che si è ritenuto che le singole personalità potessero ricoprire soltanto un ruolo marginale. Tuttavia, tre classi di eventi che hanno attivato l'attenzione per il ruolo elettorale dei leader in altri sistemi parlamentari sono oggi presenti anche in Italia: è diminuita l'importanza della collocazione dell'elettore nella struttura sociale e quindi del voto di classe; si è drasticamente ridotta la percentuale di elettori identificati; infine, e soprattutto, le forme tradizionali di comunicazione politica vengono affiancate e sostituite dai mass media in generale e dalla televisione in particolare (Midtbø 1997, 136-37).

Data l'evidente e immediata connessione che esiste fra sviluppo dei mass media e ruolo elettorale dei candidati, il tema della cosiddetta «personalizzazione» della politica italiana è stato esaminato *in primis* dagli studiosi di comunicazione. Già in uno studio sulla comunicazione televisiva in occasione della campagna elettorale del 1987 Cheli *et al.* (1989, 20) prendevano in esame la possibilità che la diffusione della *media logic* avesse prodotto una crescita della spettacolarizzazione e della personalizzazione della propaganda politica; di conseguenza, veniva

proposta una metodologia che, accanto alle più tradizionali categorie di analisi della comunicazione (*political, policy* e *campaign issues*), teneva conto anche delle *personal issues*, allo scopo di valutare i «riferimenti alla vita professionale, privata e politica dei singoli candidati e dei leader di partito, e comunque agli aspetti di competizione tra personaggi più che tra partiti» (Cheli *et al.* 1989, 21). L'esame dei flussi comunicativi rivelava comunque un ruolo ancora «limitato» di candidati e leader, a vantaggio di una propaganda basata prevalentemente sui contenuti e sulle istituzioni (Cheli *et al.* 1989, 88-89). La successiva campagna del 1992 mostrava invece un grado «moderato» di personalizzazione, peraltro non accompagnato da una crescita analogo della spettacolarizzazione (Mazzoleni 1993, 51). In Italia, la vera innovazione nella comunicazione elettorale si è però registrata nel 1994, quando accanto ad un'ulteriore crescita del ruolo delle personalità politiche si è riscontrato per la prima volta un esteso ricorso alle *policy issues* (Marini 1995), finché nella campagna del 1996 «la comunicazione politica [...] è approdata a fenomeni di spettacolarizzazione e personalizzazione (dei leader)» (Livolsi 1997, 14), che si sono manifestati soprattutto nel confronto diretto fra Prodi e Berlusconi (Capecchi 1997; Marsciani 1997).

Oltre alla crescita della videopolitica (Sartori 1997), quali circostanze e condizioni hanno favorito l'affermazione degli elementi di personalizzazione che sono oggi considerati preminenti nella competizione politica in Italia? Pasquino, dopo avere fra i primi riconosciuto l'importanza del fenomeno (1992, cap. 3), interpreta la personalizzazione della politica italiana come una delle conseguenze prodotte dall'introduzione della preferenza unica (1993a), la quale «in tutti i contesti, per tutti i partiti, agli occhi di tutti gli elettori e delle organizzazioni di interesse, ha dato vita e corpo alla personalizzazione della politica» (Pasquino 1993b, 352). Un secondo importante passo verso la personalizzazione è stato compiuto con l'adozione della legge a doppio turno per l'elezione diretta del sindaco (Venturino 1995), ma il momento decisivo è dato dalla riforma elettorale del 1993 e dalla conseguente svolta in senso maggioritario del nostro sistema di rappresentanza (D'Alimonte e Chiaramonte 1993).

È infatti a partire dalla tornata del 1994 che lo studio delle elezioni tiene maggiormente conto del ruolo della personalizzazione e degli effetti da essa generati sugli elettori e sulla classe politica. Per esempio, nell'ambito dell'approfondita indagine

condotta da Bartolini e D'Alimonte (1995) sulle elezioni politiche del 1994, accanto all'esame tradizionale delle caratteristiche degli eletti (Verzichelli 1995) veniva presentato anche un profilo dei candidati (Mattina 1995). Successivamente, affrontando l'esame delle elezioni del 1996, D'Alimonte e Bartolini (1997) esaminano il ruolo dei candidati a livello di collegio uninominale e in particolare il loro «rendimento coalizionale», e scoprono la grande importanza della scelta dei candidati stessi nel determinare gli esiti della competizione². Un'analisi analoga è svolta da Mattina e Tonarelli, i quali peraltro concludono che «i candidati contano poco ai fini della vittoria perché [...] l'elettorato è indotto a considerare prioritariamente, ai fini della sua decisione di voto, i simboli politici esibiti dalla coalizione e la posizione da essa occupata lungo la dimensione destra-sinistra o quella centro-periferia» (1997, 67). D'altra parte, si ammette che i candidati locali possano svolgere un ruolo autonomo anche se limitato, in quanto le loro caratteristiche (socio-professionali e politiche) possono rafforzare negli elettori gli atteggiamenti sviluppati nei confronti delle coalizioni; in ultima analisi, «i candidati non servono a far vincere le elezioni ma, se scelti male, possono farle perdere» (Mattina e Tonarelli 1997, 67).

Tutte le analisi finora citate si basano sull'impiego di dati aggregati, il cui uso implica due limiti. Da un lato, i candidati vengono considerati esclusivamente dal punto di vista delle loro appartenenze partitiche, ma in questo modo si perde la possibilità di analizzare gli effetti eventualmente prodotti dalle caratteristiche personali dei candidati stessi sulle scelte degli elettori (D'Alimonte e Bartolini 1997); alternativamente, coloro che prendono in esame le caratteristiche personali dei candidati (età, professione, *incumbency*, carriera) non possono mettere facilmente in rapporto tali caratteristiche con il voto espresso dagli elettori. Questi problemi sono superabili con l'impiego di dati di sondaggio. Maraffi (1997) per esempio svolge un'analisi sul voto personale espresso a favore dei candidati locali nelle

² Più precisamente, l'importanza elettorale del candidato sarebbe elevata nel caso dell'Ulivo, mentre il Polo realizza performance analoghe a prescindere dall'appartenenza partitica del suo candidato. Occorre aggiungere che D'Alimonte e Bartolini (1997) valutano i candidati esclusivamente dal punto di vista della loro appartenenza partitica, che viene impiegata come criterio per collocare spazialmente la coalizione o il partito impegnati nella competizione maggioritaria, senza analizzare il ruolo delle caratteristiche personali del candidato.

elezioni del 1994 e 1996³. I risultati della sua ricerca mostrano che questo tipo di voto è prevalentemente praticato da elettori marginali dal punto di vista socio-culturale (bassa istruzione, età avanzata, residenza al Sud, scarso interesse per la politica); si può quindi escludere che il voto personale della seconda repubblica sia assimilabile al voto di opinione, mentre esistono conferme «parziali ma significative» che esso costituisca una prosecuzione del voto di scambio, che in regime di proporzionalismo veniva espresso per mezzo delle preferenze (Maraffi 1997, 209).

Come emerge da questo breve esame della letteratura, la personalizzazione della politica italiana ha assunto diverse forme e riguarda diversi aspetti del funzionamento del nostro sistema politico: innanzitutto, i candidati locali in competizione nei collegi (D'Alimonte e Bartolini 1997; Maraffi 1997), ma anche la comunicazione politica (Sani 1995), la politica locale con particolare riferimento al ruolo dei sindaci (Baldini e Legnante 1999; Di Virgilio 1999), i candidati alla guida del governo (Capecchi 1997; Marsciani 1997), nonché i singoli *incumbent* a capo dell'esecutivo (Fabbrini 1999).

In questo articolo intendo approfondire l'esame di uno di questi punti, vale a dire il ruolo che la percezione dei leader di partito riveste per la formazione delle opinioni degli elettori. A tale scopo, utilizzo i dati di sondaggio relativi a 3237 elettori intervistati in occasione delle elezioni politiche del 1996 per valutare due modelli alternativi. Dapprima stimerò un modello ricorsivo (unidirezionale) in cui le variabili indipendenti sono rappresentate da quattro variabili politiche (ideologia, tematiche, leader, partiti) e da alcune caratteristiche demografiche degli elettori; successivamente, esaminerò un modello non ricorsivo (bidirezionale), in cui si ipotizza che le stesse variabili abbiano rapporti causali di influenza reciproca. Prima però presento un esame descrittivo sulla percezione dei leader di partito nel 1996.

³ Il voto personale è definito come la quota di sostegno elettorale conseguita da un candidato in base alla sue qualità, attività, qualificazioni e risultati personali (Maraffi 1997, 179), ed è rilevato per mezzo della seguente domanda rivolta agli elettori intervistati: «Lo ha votato (il candidato del collegio maggioritario) prevalentemente per lo schieramento che lo proponeva oppure per le sue qualità individuali?» (*ibidem*, 181).

La percezione dei leader: analisi descrittiva

La figura 1 mostra gli atteggiamenti verso undici leader ed i rispettivi partiti⁴. I valori riportati sono le medie dei punteggi attribuiti dagli elettori per mezzo di una scala 1-10, dove 1 indica riprovazione e 10 apprezzamento. I leader sono senza eccezione più popolari dei partiti da essi guidati. Il leader di gran lunga più apprezzato è Prodi, che però nel corso delle elezioni del 1996 ha svolto un ruolo del tutto particolare. Prodi infatti non era all'epoca il segretario del Partito popolare, e il punteggio a lui relativo viene qui impiegato al posto di quello attribuito al segretario a causa della mancanza del dato relativo a Gerardo Bianco; inoltre, e soprattutto, Prodi si presentava alle elezioni anche come capo dell'Ulivo e quindi come aspirante Presidente del consiglio, con conseguente esposizione nei media.

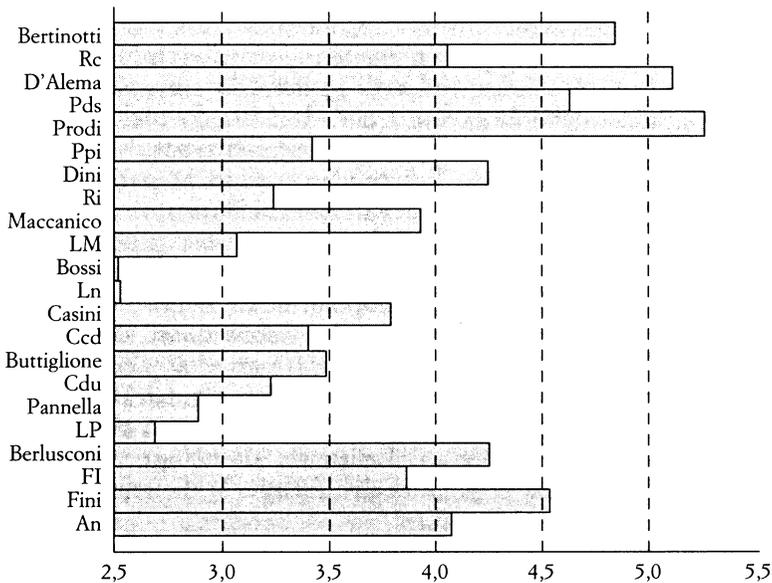


FIG. 1. Gradimento di leader e partiti nel 1996.

⁴ I Verdi sono esclusi perché il dato relativo a Carlo Ripa di Meana non è disponibile.

Anche considerando Prodi come eccezione, i leader della sinistra risultano comunque mediamente più popolari dei loro colleghi di destra. I due leader più apprezzati dagli elettori sono infatti D'Alema e Bertinotti, il primo dei quali – capo del maggiore partito della coalizione di sinistra – consegue un grado di popolarità appena inferiore a quello dello stesso Prodi; Dini, pur essendo il leader di un partito minore come Rinnovamento italiano, consegue lo stesso grado di popolarità di Berlusconi; Maccanico, a sua volta a capo di una formazione politica marginale e di recentissima formazione (la Lista Maccanico: LM nella figura 1), è più apprezzato dagli elettori rispetto ai leader di partiti di dimensione o tradizione – sia pur leggermente – superiore, quali Centro cristiano democratico, Cristiani democratici uniti e Lista Pannella⁵. Per ciò che riguarda i leader della destra, accanto alla minore popolarità rispetto ai capi dei partiti di sinistra, va sottolineato che Fini risulta il leader più apprezzato, superando abbondantemente Berlusconi, che pure si presentava anche come capo del Polo delle libertà e quindi come premier *in pectore*.

Questo esame mostra alcune tendenze di fondo, quali la maggiore popolarità dei leader di sinistra, lo scarso apprezzamento goduto dalla Lega nord e dalla Lista Pannella nonché dai rispettivi leader, il consenso non eccessivo attribuito dagli elettori al capo del Polo. Tali tendenze sono in parte dovute alla maggiore capacità dei leader di sinistra di catturare consensi anche al di fuori del proprio elettorato di riferimento. La popolarità di Prodi fra gli elettori di centrosinistra per esempio è pari a 6,8 e nel contempo la popolarità di Berlusconi fra gli elettori di centrodestra raggiunge un valore quasi identico di 6,6. Il leader del Polo però consegue fra gli elettori di sinistra soltanto 2,8, mentre Prodi riceve dal campo avverso un 3,7 che spiega il risultato generale dei due leader. L'aspetto che più mi preme sottolineare tuttavia è l'esistenza di un'approssimativa corrispondenza fra la popolarità del leader e la dimensione elet-

⁵ Per ciò che riguarda Dini e Maccanico è bene ricordare che il primo si presentava alle elezioni dell'aprile 1996 come presidente di consiglio uscente e potrebbe quindi avere goduto dei vantaggi dell'*incumbency*; Maccanico invece nei mesi precedenti le elezioni condusse un tentativo di formare un governo basato su un'ampia maggioranza parlamentare con lo scopo precipuo di procedere a riforme istituzionali. Anche in questo caso le vicende politiche personali hanno probabilmente generato un'esposizione televisiva che ha finito per aumentare la notorietà del leader.

torale del partito. Nella prossima sezione uso la regressione per stabilire se questa corrispondenza indichi eventualmente l'esistenza di relazioni causali fra le variabili prese in esame.

Analisi unidirezionale

La tabella 1 riporta i risultati prodotti da una serie di regressioni di tipo logistico, in cui la variabile indipendente è data dall'apprezzamento espresso dagli elettori nei confronti di un leader, mentre la variabile dipendente è una *dummy* che assume valore 1 se l'elettore vota a favore del partito guidato da quel leader e valore 0 in caso di voto per altri partiti oppure astensione.

L'apprezzamento per i leader è misurato in forma *intrapersonale*, secondo il procedimento proposto da Westholm (1997). Questo metodo si basa sull'assunto che l'elettore compia le sue scelte valutando gli oggetti politici in modo comparativo. In riferimento al leader, supponiamo che due elettori attribuiscono a Silvio Berlusconi un apprezzamento rispettivamente pari a 8 e 3. Naturalmente, utilizzando questo tipo di misurazione (detta *interpersonale*, ovvero non comparativa), dobbiamo ritenere che l'elettore *a* apprezzi il leader di Forza Italia più dell'elettore *b*. In caso di valutazione comparativa, al contrario, il punteggio che un elettore attribuisce ad un leader va esaminato in rapporto ai punteggi attribuiti dallo stesso elettore a tutti gli altri leader di partito. Supponiamo per esempio che l'elettore *a* abbia attribuito ai nove leader un punteggio medio pari a 9, mentre l'elettore *b* ha conferito agli stessi leader un punteggio medio pari a 2. In questo caso, si evidenzia che il primo elettore manifesta per Berlusconi un apprezzamento inferiore alla media, mentre per l'elettore *b* il capo di Forza Italia è un leader tenuto (comparativamente) in alta considerazione.

Per calcolare l'utilità intrapersonale è sufficiente sottrarre dal punteggio attribuito ad un leader da un elettore la media dei punteggi attribuiti dallo stesso elettore a tutti i leader. Nell'esempio precedente, l'elettore *a* ottiene un punteggio relativamente a Silvio Berlusconi pari a $8 - 9 = -1$, mentre l'elettore *b* realizza un punteggio pari a $3 - 2 = +1$. È evidente l'inversione rispetto alla misurazione precedente, dal momento che ora è il secondo elettore che manifesta un apprezzamento maggiore per Berlusconi.

TAB. 1. *Atteggiamento verso i leader e comportamento di voto*

Partito	N.	b (s.e.)	pseudo R ²	chi ²
Rifondazione comunista	2987	0,65 (0,04)	0,220	378,8
Partito democratico della sinistra	3117	0,84 (0,03)	0,302	1016,3
Partito popolare italiano	3079	0,39 (0,04)	0,086	119,9
Rinnovamento italiano	3081	0,62 (0,05)	0,142	150,4
Lega nord	3088	0,89 (0,05)	0,448	642,2
Ccd e Cdu*	3071	0,97 (0,07)	0,218	213,9
Lista Pannella	3010	0,60 (0,07)	0,135	61,1
Forza Italia	3138	0,62 (0,03)	0,255	678,3
Alleanza nazionale	3131	0,64 (0,03)	0,290	783,1

* la variabile indipendente utilizzata è la media dei punteggi per i due leader, Buttiglione e Casini.

Date le modalità di costruzione delle variabili, l'esistenza di una relazione fra apprezzamento del leader e scelta del partito è dimostrata dal segno positivo del coefficiente di regressione. La terza colonna della tabella 1 mostra che questo accade per tutti i casi esaminati⁶, con valori del chi² (valore critico chi² = 10,83) che rivelano una significatività per $p < 0,001$ di tutte le relazioni⁷.

Questi risultati dunque mostrano come l'immagine del capo del partito sia una delle motivazioni che contribuiscono ad indirizzare le scelte elettorali dei cittadini italiani. Una valutazione precisa richiede però che l'apprezzamento del leader sia considerato insieme ad altri possibili fattori del voto. A questo scopo utilizzo il seguente modello multivariato:

$$[1] X_{iv} = a + b_1 \text{leader} + b_2 \text{partito} + b_3 \text{tematiche} + b_4 \text{ideologia} + b_5 \text{area} + b_6 \text{istruzione} + b_7 \text{professione} + b_8 \text{status} + b_9 \text{età} + b_{10} \text{capoluogo} + b_{11} \text{genere}$$

La variabile dipendente (X_{iv}) è il voto ottenuto dal partito i ,

⁶ A motivo di alcuni limiti dei dati, nel caso del Ccd-Cdu la variabile *leader* è costruita come media dei punteggi attribuiti a Casini e a Buttiglione, mentre la variabile *partito* è la media dei punteggi attribuiti ai due partiti separatamente. Nel caso di mancate risposte ho operato così: se l'elettore non ha espresso giudizi su nessuno dei due oggetti che gli venivano proposti è stato considerato un caso mancante; se invece attribuiva un punteggio a un solo oggetto questo punteggio viene usato al posto della media.

⁷ Questa analisi sconta la distribuzione altamente asimmetrica del voto proporzionale fra i diversi partiti. Su un totale di 3237 intervistati, 127 non hanno fornito indicazioni sul proprio comportamento di voto, 314 affermano di non avere votato e solo 2796 quindi dichiarano di avere votato per un partito. Di costoro, 731 (26,1% dei voti validi) hanno votato per il Pds, mentre solo 46 (1,6%) ha votato per la Lista Pannella. Gli altri partiti si dispongono fra questi due estremi.

ed è misurata come una *dummy* che assume valore 1 se il partito *i* è votato dall'elettore *v*, mentre vale 0 se l'elettore *v* preferisce qualche forma alternativa di comportamento (voto per un altro partito e non voto). Dal momento che la variabile dipendente è di tipo dicotomico la tecnica normalmente impiegata è la regressione logistica; in questo caso tuttavia per facilitare la comparabilità dei risultati prodotti da questo modello con quelli del modello successivo utilizzo la regressione lineare (ols)⁸.

Le prime quattro variabili indipendenti (da b_1 a b_4) misurano gli atteggiamenti politici degli elettori. Le variabili *partito* e *leader* misurano le valutazioni espresse nei confronti del partito *i* e nei confronti del capo dello stesso partito, in entrambi i casi rilevate per mezzo di una scala 1-10, su cui 1 rappresenta il giudizio più critico mentre 10 individua il massimo favore.

Ideologia misura l'affinità fra l'elettore *v* ed il partito *i* in base alla posizione sull'asse sinistra-destra, uno spazio politico ancorato ai valori 1 e 10, dove a valori bassi corrispondono preferenze di sinistra mentre a valori alti corrispondono preferenze di destra. L'utilità è calcolata come differenza (in valore assoluto) fra l'autocollocazione espressa dall'elettore *v* e la posizione assunta dal partito *i*. Quest'ultima a sua volta viene individuata dalla media delle collocazioni del partito effettuate da tutti gli elettori; la collocazione ideologica dei nove partiti in esame così calcolata è riportata nella prima riga della tabella 2.

Tematiche misura l'affinità fra l'elettore *v* ed il partito *i* sulla base delle posizioni su nove *issues*⁹, rilevate su uno spazio politico ancorato ai valori 1 e 5, su cui i valori laterali esprimono posizioni pro o contro la tematica in esame, mentre la posizione centrale esprime indifferenza o ignoranza. Come per l'ideologia, l'utilità è misurata per ogni tematica in base alla differenza in valore assoluto fra l'autocollocazione dell'elettore *v* e la posizio-

⁸ L'uso della regressione lineare applicata a modelli aventi la variabile dipendente dicotomica è abbastanza diffuso (cfr., per esempio, Bean 1993). Una trattazione esaustiva del problema è in Miller e Shanks, i quali esaminano la validità di tre differenti tecniche di analisi basate sulla regressione (ols, probit e logit) e concludono che «queste tre procedure statistiche [...] suggeriscono conclusioni sostantive molto simili» (1996, 561, corsivo nel testo). A scopo di controllo ho effettuato anche un'analisi logistica, la quale nel complesso conferma i risultati delle regressioni lineari.

⁹ Le *issues* prese in esame sono il presidenzialismo, il federalismo, l'integrazione europea, la politicizzazione della magistratura, l'immigrazione, la politica macroeconomica (la preoccupazione per inflazione e disoccupazione), la debolezza della lira, il debito pubblico, la pressione fiscale.

ne assunta dal partito *i*. In questo caso però la collocazione del partito viene stabilita con un procedimento diverso, perché agli intervistati non è stato richiesto di collocare i partiti su ogni tematica e la misura media delle collocazioni espresse da tutti gli elettori non è quindi disponibile. Di conseguenza, la posizione assunta dal partito *i* su una tematica è individuata utilizzando la media delle autocollocazioni degli elettori dello stesso partito *i* su quella tematica¹⁰. Anche le posizioni assunte dai partiti sulle tematiche sono riportate nella tabella 2. La variabile *tematiche* infine è costruita sommando i nove valori delle utilità attribuite al partito *i* in base ad ogni *issue* presa in esame, secondo la procedura impiegata da Macdonald, Listhaug e Rabinowitz (1991, 1110).

Il procedimento comparativo di misurazione utilizzato in precedenza per l'apprezzamento dei leader è stato applicato a tutte le variabili indipendenti di tipo politico. Inoltre, dato il tipo di misurazione adottato, il segno atteso – che indica cioè l'esistenza di un'influenza prodotta da queste variabili sulla scelta di voto – è sempre positivo; il segno negativo del coefficiente di regressione rivela invece che la variabile indipendente non ha effetti sul comportamento di voto.

Le altre variabili indipendenti (da b_5 a b_{11}) sono variabili di controllo di tipo sociologico: *area* distingue gli elettori residenti nelle regioni del Centro-Nord da quelli del Sud e delle isole; *istruzione* divide gli elettori che hanno almeno un titolo di scuola media superiore da coloro che hanno soltanto una licenza elementare o di scuola media inferiore; *professione* distingue fra lavoratori autonomi e lavoratori dipendenti, includendo fra questi ultimi anche coloro che sono esclusi dal mercato del lavoro (casalinghe, studenti, pensionati, disoccupati); *status* suddivide gli elettori di condizione socio-economica bassa da quelli di condizione medio-alta; *età* differenzia gli elettori nati prima e dopo il 1962; *capoluogo* suddivide gli elettori residenti nei centri minori da coloro che abitano in un capoluogo di provincia; *genere* infine distingue gli elettori di sesso femminile e maschile.

¹⁰ I metodi attualmente disponibili per collocare i partiti su uno spazio politico (ideologico o di *policy*) sono al centro di notevoli controversie. L'analisi del contenuto dei programmi elettorali (Budge *et al.* 1987), il giudizio degli esperti (Laver e Hunt 1992) e l'intervista alle élites partitiche (Maddens 1996) sono oggi impiegate in modo crescente, ma nei lavori che impiegano dati di sondaggio (Macdonald *et al.* 1991) la procedura impiegata qui – la media delle autocollocazioni degli elettori – costituisce tuttora la soluzione abituale.

TAB. 2. *Posizione assunta dai partiti sul continuo sinistra-destra e su nove tematiche*

	Rc	Pds	Ppi	Ri	Ln	Ccu*	LP	FI	An
Ideologia	1,69	2,64	5,04	4,84	6,19	6,14	6,23	7,70	8,72
Presidenzialismo	2,35	2,50	2,76	2,99	2,73	3,29	3,59	3,48	3,86
Federalismo	2,72	2,85	2,73	3,06	4,22	2,92	3,13	3,05	2,96
Integrazione europea	2,49	2,12	2,24	2,10	2,34	2,16	2,22	2,25	2,23
Magistratura	2,67	2,71	2,98	3,06	3,16	3,85	4,07	3,83	3,86
Immigrazione	2,75	2,82	2,91	3,17	3,70	3,04	3,39	3,45	3,50
Inflazione vs disoccupaz.	2,50	2,48	2,60	2,35	2,94	2,54	2,65	2,83	2,81
Debolezza lira	2,59	2,73	2,54	2,76	3,04	2,92	2,83	2,84	2,82
Debito pubblico	3,42	3,62	3,67	3,81	3,67	3,78	3,63	3,87	3,74
Pressione fiscale	3,55	3,59	3,62	3,86	4,22	4,09	4,11	4,19	4,29

* Ccd e Cdu.

TAB. 3. *Determinanti del voto per Alleanza nazionale*

	b	s.e.	beta	t-value
Leader	0,01	0,00	0,08	2,67
Partito	0,04	0,00	0,32	11,14
Tematiche	-0,01	0,01	-0,02	-1,17
Ideologia	0,05	0,00	0,27	11,03
Area	0,02	0,01	0,02	1,56
Istruzione	-0,02	0,01	-0,03	-2,01
Professione	0,03	0,02	0,03	1,64
Status	-0,01	0,01	-0,02	-1,16
Età	0,01	0,01	0,02	1,01
Capoluogo	0,02	0,01	0,03	1,81
Genere	0,00	0,01	0,00	0,26
Costante	0,16	0,02	-	6,96
R ²			0,365	
N			2577	

Tutte le variabili demografiche sono misurate come *dummy*; la prima condizione citata nel testo assume valore 0, mentre la seconda condizione assume valore 1.

La tabella 3 riporta i risultati prodotti dalla stima del modello multivariato per Alleanza nazionale. L'esame dei t-value evidenzia che nessuna variabile sociologica raggiunge il valore critico ($t = 2,58$) e quindi la significatività statistica. La validità del modello – attestata da $R^2 = 0,365$ – va quindi interamente attribuita alle variabili politiche; fra queste però le tematiche presentano un segno negativo, opposto rispetto alle aspettative, che rivela come le posizioni programmatiche assunte dal partito

TAB. 4. *Ruolo del leader e del partito nella scelta di voto*

	Simpatia leader			Simpatia partito			R ²	n
	b (s.e.)	beta	t-value	b (s.e.)	beta	t-value		
Rc	0,02 (0,00)	0,13	5,40	0,04 (0,00)	0,33	11,83	0,217	2461
Pds	0,03 (0,01)	0,16	6,57	0,06 (0,00)	0,41	14,77	0,399	2527
Ppi	0,01 (0,00)	0,06	2,39	0,03 (0,00)	0,23	10,25	0,109	2437
Ri	0,01 (0,00)	0,06	2,15	0,03 (0,00)	0,24	9,24	0,093	2468
Ln	0,03 (0,00)	0,23	10,31	0,05 (0,00)	0,43	19,12	0,376	2532
Ccu*	0,01 (0,00)	0,07	2,90	0,03 (0,00)	0,30	11,57	0,130	2515
LP	0,00 (0,00)	0,04	1,54	0,01 (0,00)	0,21	8,53	0,063	2447
FI	0,03 (0,01)	0,22	7,19	0,05 (0,00)	0,36	11,68	0,270	2597
An	0,01 (0,00)	0,08	2,67	0,04 (0,00)	0,32	11,14	0,365	2577
<i>medie</i>	–	0,12	4,57	–	0,31	12,01	0,220	–

* Ccd e Cdu

non producano effetti sugli orientamenti di voto degli elettori¹¹. Tali effetti sono invece generati dalle altre tre variabili politiche, il cui peso relativo è però molto differente. L'esame dei coefficienti di regressione standardizzati mostra che la simpatia per il partito (beta = 0,32) produce le conseguenze più rilevanti per la scelta di votare (o non votare) An; anche l'ideologia (0,27) svolge un ruolo rilevante e di poco inferiore a quello della simpatia per il partito, mentre appare modesto il ruolo della simpatia nei confronti di Gianfranco Fini (0,08).

La tabella 4 riporta i risultati, relativi a tutti i partiti, prodotti dalla medesima analisi appena presentata in riferimento ad Alleanza nazionale. I dati prodotti da questa analisi vengono riportati solo parzialmente. Le variabili di controllo di tipo sociologico e le tematiche – il cui coefficiente di regressione presenta per tutti i partiti il segno negativo già accertato nel caso di An – risultano infatti sempre ininfluenti. L'ideologia non produce mai effetti superiori a quelli generati dalla simpatia per il partito, e solo in tre casi (Partito popolare, Rinnovamento Italiano e Alleanza nazionale) assume un'importanza maggiore della simpatia per il leader. Inoltre, essa è statisticamente irrilevante in tre casi (Rifondazione comunista, Lega nord e Ccd-Cdu) e nel caso di Forza Italia presenta addirittura segno negativo. La scel-

¹¹ Questo risultato potrebbe essere influenzato dal fatto che, data la procedura adottata, la variabile presenta poca varianza nel caso di coloro che hanno votato per An.

ta di voto per tutti i partiti è dunque principalmente determinata dalla valutazione che gli elettori danno dei partiti e dei leader, e di conseguenza la tabella 4 riporta soltanto i dati relativi a queste due variabili.

L'esame dei t-value evidenzia che la simpatia per il partito è sempre significativa per orientare il voto, mentre in tre casi (Ppi, Ri e LP) la simpatia per il leader non è importante. Più rilevante è però l'esame incrociato dei beta, che senza eccezioni mostra un ruolo più importante della simpatia per il partito rispetto alla simpatia per il leader. Nel complesso, il modello unidirezionale fornisce un'immagine dell'elettore italiano che si pone in continuità rispetto alle rappresentazioni abituali: la scelta del partito è sì scarsamente influenzata da due fattori tradizionali come la collocazione nella struttura sociale e – in parte – la posizione ideologica sull'asse sinistra-destra, ma non vi è traccia di ricorso all'*issue voting*. Inoltre, per quanto sia vero che è in atto una crescita del ruolo elettorale dell'immagine dei leader – associata all'aumento del mezzo televisivo nella comunicazione politica – e per quanto in Italia come altrove l'identificazione partitica sia in calo (Biorcio e Mannheim 1995), il gradimento verso il partito rimane il principale criterio di orientamento delle scelte elettorali.

Un simile risultato naturalmente contrasta con la tesi della personalizzazione della politica italiana. Rimane però da discutere un punto: è possibile che il principale risultato conseguito – la prevalenza del partito sul leader come criterio di scelta di voto – sia determinato dal tipo di metodo adottato? In particolare, la tecnica qui impiegata, basata sull'uso della regressione lineare, comporta l'accettazione dell'assunto dell'assenza di multicollinearità (Berry 1993, 24-27), secondo cui non esiste correlazione fra le variabili indipendenti impiegate nel modello. I dati relativi ad Alleanza nazionale riportati nella tabella 5 tuttavia pongono in discussione la validità dell'assunto: le correlazioni che coinvolgono le tematiche infatti presentano valori, compresi fra 0,43 e 0,46, compatibili con l'applicazione delle consuete tecniche lineari, ma le altre correlazioni presentano valori superiori a 0,70 che rendono la possibilità di tale applicazione molto più dubbia¹². Né può praticarsi la possibile soluzio-

¹² A questo proposito Bohrnstedt e Knoke affermano che «se si osserva l'esistenza di correlazioni fra le variabili indipendenti superiori a 0,80 è certamente presente un certo grado di multicollinearità» (1998, 263).

TAB. 5. *Matrice di correlazione fra le variabili indipendenti di tipo politico per Alleanza nazionale*

	Leader	Partito	Tematiche	Ideologia
Leader	1,00	-	-	-
Partito	0,79	1,00	-	-
Tematiche	0,43	0,46	1,00	-
Ideologia	0,70	0,72	0,44	1,00

Nota: i valori riportati sono r di Pearson; tutti i coefficienti sono significativi per $p < 0,01$ (test a una coda).

ne al problema della multicollinearità consistente nell'eliminazione di una delle variabili indipendenti che presentano una forte correlazione, dal momento che la prossimità ideologica, la simpatia per il leader e la simpatia per il partito sono motivazioni del voto che la teoria elettorale indica come necessarie a qualsiasi spiegazione della scelta compiuta dall'elettore.

Inoltre, l'esistenza di queste correlazioni non è una caratteristica tipica soltanto di Alleanza nazionale: la correlazione fra simpatia per il leader e per il partito è infatti massima nel caso di Forza Italia (0,80) e minima nel caso del Partito popolare (0,47, ma ricordo ancora che in questo caso uso la simpatia per Prodi, il quale ottiene un gradimento elevato anche da coloro che non votano per il Partito popolare, invece della simpatia per il segretario Gerardo Bianco), con una media delle correlazioni per tutti partiti pari a 0,66.

In definitiva, i risultati prodotti dal modello unidirezionale potrebbero presentare distorsioni non eliminabili per via teorica sopprimendo una o più variabili indipendenti. Di conseguenza, nella sezione successiva utilizzo un modello bidirezionale¹³ che consente di controllare le relazioni reciproche intercorrenti fra i vari fattori in gioco nel corso della campagna elettorale, vale a dire la posizione assunta dai partiti sulle tematiche politiche, la simpatia per il leader e la simpatia per il partito, mantenendo costante l'influenza prodotta dall'ideologia.

¹³ Già vent'anni fa Page e Jones (1979, 1072, nota 2) rilevavano la confusione terminologica generata dall'uso controintuitivo dei termini «ricorsivo» e «non ricorsivo», che rimandano alle caratteristiche matematiche dei modelli. Qui preferisco usare il termine «unidirezionale» per indicare i modelli ricorsivi e il termine «bidirezionale» per indicare quelli non ricorsivi.

Analisi bidirezionale

Ho già parlato degli studi che trattano della comunicazione dei leader, precisando che questi lavori non esaminano se lo stile di comunicazione basato sulla personalizzazione produca effetti finora non rilevati sugli atteggiamenti e sulle scelte degli elettori. L'attenzione per i leader tuttavia non è una novità assoluta neanche per la scienza politica tradizionale, che ha trattato il tema in rapporto alla capacità di attrazione esercitata nei confronti degli elettori. Mannheim e Sani (1987, 119-32), per esempio, hanno proposto una spiegazione del comportamento di voto nel mercato elettorale degli anni '80, utilizzando un modello «a imbuto», in cui il capo del partito è esplicitamente considerato come variabile indipendente. Mannheim e Sani suddividono gli elettori in tre sottogruppi: elettori identificati, elettori non identificati che si orientano in base alla dimensione sinistra-destra – detti elettori con identificazione di area – e infine elettori non identificati. L'ipotesi sul ruolo elettorale dei leader, che viene confermata dall'analisi empirica, è che il gradimento per il capo del partito non sia essenziale per gli elettori del primo tipo, i quali scelgono esclusivamente in base al partito, mentre esso esercita un effetto più rilevante per gli identificati di area e infine, nel caso degli elettori non identificati, costituisce un fattore «relativamente importante» (Mannheimer e Sani 1987, 127).

Mannheimer e Sani (1987, 126), dunque, esaminano il ruolo del capo del partito prevedendo almeno tre situazioni, che differiscono a seconda del grado di identificazione dell'elettore; va aggiunto che in tutte e tre le situazioni contemplate la simpatia per il leader può influenzare il voto e può a sua volta essere influenzata da altri fattori (per esempio, l'identificazione partitica), ma è preventivamente escluso che la simpatia per il leader possa a sua volta esercitare qualche influenza sull'identificazione partitica e/o di area (le tematiche non sono prese in esame). Questi assunti mi sembrano tuttora validi per quello che riguarda l'identificazione di area – che, essendo misurata per mezzo delle autocollocazioni sull'asse sinistra-destra, qui considero equivalente a quella che ho chiamato ideologia – la quale può essere considerata stabile per l'intero corso della vita di un elettore. Diverso è il caso dell'identificazione partitica, dal momento che la scomparsa o il cambiamento dei partiti della prima repubblica, accompagnato nel corso degli anni '90 dalla nascita di

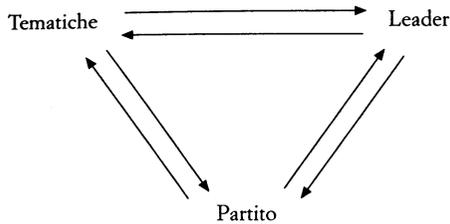


FIG. 2. Modello causale bidirezionale (non ricorsivo) delle relazioni fra simpatia per il leader, per il partito e utilità in base alle tematiche.

nuovi partiti, ha impedito la prosecuzione delle appartenenze tradizionali¹⁴. Da queste considerazioni nasce l'esigenza di impiegare un modello che includa la relazione reciproca fra partiti e leader indicata nella tabella 5. Inoltre, intendo valutare contestualmente il ruolo del terzo elemento di giudizio che gli elettori possono adottare nel corso della campagna, vale a dire le tematiche. Ne consegue che, rispetto all'analisi svolta nella sezione precedente, il quadro è ora complicato dal fatto che il voto è interpretato per mezzo di un modello che include tre variabili indipendenti (l'apprezzamento dei partiti, dei loro capi e della loro offerta programmatica) fra cui *non* si esclude preventivamente che possano intercorrere relazioni di causazione reciproca.

Questa situazione è rappresentata graficamente nella figura 2. Il modello bidirezionale pone alcuni problemi che non esistevano nel caso del modello unidirezionale. Innanzitutto, il modello, nella forma della figura 2, risulta sottoidentificato e non può essere impiegato per l'analisi empirica senza essere prima integrato con l'aggiunta di variabili esogene; inoltre, la variabile *dummy*, che identificava il voto espresso dall'elettore nel settore proporzionale, non è più inserita nel modello, e la variabile disponibile più prossima alla scelta di voto è rappresentata dal gradimento nei confronti del partito. Affronto prima quest'ultimo problema, che può essere sintetizzato in una semplice domanda: l'atteggiamento verso i partiti è un buon indicatore del comportamento di voto?

¹⁴ Va anche aggiunto che i dati che impiego qui non misurano esattamente l'identificazione, che è il sentimento di prossimità *generalmente* provato nei confronti di un partito, ma piuttosto il livello di simpatia nei confronti dei partiti rilevato *al momento delle elezioni*.

Atteggiamenti e comportamenti verso i partiti: sono la stessa cosa? La verifica empirica delle ipotesi derivate dai modelli spaziali è normalmente affidata all'esame della correlazione fra l'utilità che l'elettore attribuisce ad un partito ed il grado di approvazione verso quello stesso partito, la cui misurazione è data dal punteggio assegnato su una scala a termometro. La scelta dei termometri in qualità di variabile dipendente ha origine dai presupposti delle teorie, secondo cui l'elettore attribuisce un grado crescente di utilità a tutti i partiti a seconda della collocazione sullo spazio politico (Downs 1988; Rabinowitz e Macdonald 1989). In questo caso il voto, che è variabile dicotomica che discrimina semplicemente fra il partito votato e tutti gli altri, non consente di stabilire una graduatoria fra tutti i partiti, come è invece possibile ricorrendo ai termometri.

Per quanto la scelta dei termometri sia per certi versi preferibile rispetto al voto, tuttavia non sono mancate critiche per il fatto che gli atteggiamenti verso i partiti sono certamente una delle motivazioni più prossime al comportamento di voto, ma non necessariamente i due aspetti coincidono. Questo problema si pone anche qui, dal momento che il modello rappresentato graficamente nella figura 2 non include alcuna variabile relativa al comportamento di voto, ma prende in esame soltanto gli atteggiamenti verso i partiti. Allo scopo di controllare il tipo di nesso che unisce atteggiamenti e comportamenti – e in particolare per controllare se i primi sono un buon indicatore dei secondi – ho realizzato una *regression analysis* utilizzando come variabile indipendente i punteggi individualmente attribuiti ad ogni partito dagli elettori intervistati. La variabile dipendente è una *dummy* che individua l'eventuale scelta per il partito in esame: se il partito è stato votato la *dummy* assume valore 1, in caso contrario la *dummy* assume valore 0. Naturalmente, mi aspetto che il segno del coefficiente di regressione abbia valori positivi, indicando così che un partito viene votato da coloro che gli attribuiscono un punteggio elevato sulla scala di rilevazione degli atteggiamenti, mentre ad uno scarso apprezzamento per il partito corrisponde una scelta elettorale alternativa.

I risultati di questa analisi sono riportati nella tabella 6, la quale mostra che, in conformità con le aspettative formulate sopra, tutti i coefficienti di regressione sono positivi e, inoltre, statisticamente significativi. In definitiva, esiste un forte nesso causale fra le valutazioni che gli elettori danno dei partiti e la scelta di voto, e dunque gli atteggiamenti possono essere impiegati in

TAB. 6. *Atteggiamento verso i partiti e comportamento di voto*

Partito	n	b (s.e.)	pseudo R ²	chi ²
Rifondazione comunista	2990	0,66 (0,03)	0,310	536,1
Partito democratico della sinistra	2957	0,75 (0,03)	0,383	1248,9
Partito popolare italiano	2838	0,64 (0,05)	0,158	206,9
Rinnovamento italiano	2897	0,65 (0,05)	0,205	206,4
Lega nord	3014	1,08 (0,06)	0,535	762,3
Ccd e Cdu*	2839	0,93 (0,06)	0,323	308,4
Lista Pannella	2934	0,84 (0,08)	0,298	133,7
Forza Italia	3057	0,60 (0,03)	0,279	726,8
Alleanza nazionale	3027	0,65 (0,03)	0,355	936,1

* La variabile indipendente utilizzata è la media dei punteggi per i due partiti.

sostituzione dei comportamenti senza alterare i risultati prodotti dal modello.

Identificazione del modello. La figura 2 presenta un modello base il cui impiego impone alcune scelte di metodo (Asher 1983; Berry 1984). In primo luogo, mentre i modelli unidirezionali si basano sulla più tradizionale regressione lineare (ols), le relazioni di causazione reciproca previste dai modelli bidirezionali prevedono l'impiego della regressione a due stadi (*two stages least squares*, 2sls); inoltre, mentre i modelli unidirezionali possono per definizione essere sempre stimati, i modelli bidirezionali presentano il problema preliminare della loro identificazione. Il modello base della figura 2 per esempio non può essere stimato in quanto ampiamente sottoidentificato, dal momento che dispongo di tre sole osservazioni per calcolare le sei relazioni esistenti fra le variabili.

Il problema della sottoidentificazione può essere affrontato in due modi. In primo luogo, è possibile diminuire il numero delle relazioni fra le variabili imponendo sulla base di considerazioni teoriche che alcuni nessi causali siano pari a 0; questa soluzione tuttavia non è praticabile in questo caso, in quanto come già visto tutti i nessi riportati nella figura 2 sono teoricamente rilevanti. È quindi necessario utilizzare la soluzione alternativa, che consiste nell'aggiunta al modello di variabili esogene in modo da aumentare il numero delle osservazioni disponibili. A differenza delle variabili endogene, a cui la teoria assegna il ruolo sia di variabile dipendente che indipendente, le variabili esogene svolgono esclusivamente il ruolo di variabili indipen-

denti, cioè di fattori causali non influenzati da altre variabili all'interno del modello. Per evitare di scegliere nuove variabili in modo casuale, diminuendo la verosimiglianza empirica del modello, ho effettuato la selezione in modo tale che sia ragionevole supporre che le variabili esogene non siano a loro volta influenzate dalle variabili endogene già inserite nel modello. Queste proprietà sono tipiche delle variabili che descrivono le caratteristiche sociologiche degli elettori, come per esempio il genere, l'età, lo status, la professione, l'istruzione, l'area geografica e le dimensioni del centro di residenza. Inoltre, ho inserito nel modello in qualità di variabile esogena l'ideologia, misurata in base all'autocollocazione sull'asse sinistra-destra, in quanto costituisce un fattore non soggetto a mutamenti fra due elezioni successive.

Date queste scelte, il modello bidirezionale completo si basa sulle stesse variabili e le stesse misurazioni impiegate nella stima del precedente modello unidirezionale, il che consente di attribuire le eventuali differenze di risultato alla natura uni- oppure bi-direzionale del modello e non a differenze di trattamento dei dati. Il modello completo si basa sulle tre equazioni successive, in cui le variabili endogene sono riportate in maiuscolo e le variabili esogene sono indicate in caratteri minuscoli¹⁵:

$$[2] \text{ TEMATICHE} = a + b_1\text{PARTITO} + b_2\text{LEADER} + b_3\text{ideologia} + b_4\text{istruzione} + b_5\text{capoluogo}$$

$$[3] \text{ PARTITO} = a + b_6\text{LEADER} + b_7\text{TEMATICHE} + b_8\text{ideologia} + b_9\text{età} + b_{10}\text{professione} + b_{11}\text{status}$$

$$[4] \text{ LEADER} = a + b_{12}\text{TEMATICHE} + b_{13}\text{PARTITO} + b_{14}\text{ideologia} + b_{15}\text{area} + b_{16}\text{genere}$$

Risultati. La tabella 7 riporta i coefficienti ottenuti dalla stima del modello bidirezionale relativamente a Forza Italia e conferma la scarsa rilevanza di tutte le variabili di tipo sociologico e contestuale già evidenziata dal modello unidirezionale.

Per una valutazione esaustiva del modello occorre tenere presente che i risultati riportati nella tabella 7 consentono di

¹⁵ La prova di identificazione impiegata è ripresa da Berry (1984, cap. 3). La procedura seguita è la più restrittiva *rank condition*, preferita alla *order condition* che a differenza della prima fornisce soltanto le condizioni necessarie per l'identificazione, ma non le condizioni sufficienti.

TAB. 7. Risultati della stima del modello bidirezionale per Forza Italia

Variabili	Variabile dipendente					
	Tematiche (equaz. 2)		Partito (equaz. 3)		Leader (equaz. 4)	
indipendenti	b (s.e.)	beta	b (s.e.)	beta	b (s.e.)	beta
Tematiche	–	–	0,53 (0,94)	0,20	0,95 (0,56)	0,38
Partito	–0,41 (0,29)	–1,09	–	–	0,43 (0,29)	0,45
Leader	0,69 (0,37)	1,73	1,05 (0,18)	1,00	–	–
Ideologia	0,02 (0,13)	0,04	–0,11 (0,29)	–0,07	0,27 (0,20)	0,19
Istruzione	0,05 (0,05)	0,03				
Capoluogo	0,12 (0,08)	0,06				
Età			0,12 (0,14)	0,02		
Professione			0,02 (0,15)	0,00		
Status			0,10 (0,10)	0,02		
Area					0,17 (0,13)	0,03
Genere					0,02 (0,08)	0,01
R ²	0,116		0,546		0,545	

Nota: valori dell'intercetta non riportati.

stimare soltanto le relazioni dirette fra le variabili, ma escludono la valutazione degli effetti mediati. Utilizzando come esempio le variabili *partito* e *leader* nella precedente figura 2, è possibile constatare che il nesso causale diretto è solo una delle relazioni esistenti; infatti, oltre a questa relazione diretta, ce n'è un'altra indiretta che procede dal partito alle tematiche e dalle tematiche al leader. Il calcolo dell'influenza complessivamente prodotta dal leader sul partito impone che questi effetti diretti e indiretti siano sommati in modo da ottenere la misura dell'effetto totale. Questo calcolo richiede di sommare il valore del coefficiente relativo all'effetto diretto con il prodotto dei coefficienti relativi agli effetti indiretti. Nel caso di Forza Italia per esempio l'effetto totale prodotto dal partito sul leader è pari a:

$$P \Rightarrow L = 0,45 + (-1,09 \times 0,38) = 0,45 - 0,41 = 0,04$$

Questo risultato indica che, una volta che si introduca l'esame delle influenze reciproche e si calcoli l'effetto totale, l'impatto della simpatia per il partito mostrato dal modello unidirezionale si rivela nel caso di Forza Italia praticamente nullo. Non solo: la misurazione dell'effetto totale prodotto dal gradimento per Berlusconi sulla simpatia per il partito mostra che:

TAB. 8. Effetti causali complessivi fra gradimento dei partiti e dei leader

Partito	P \Rightarrow L	L \Rightarrow P
Rifondazione comunista	1,68	0,44
Partito democratico della sinistra	2,37	0,13
Partito popolare italiano	0,18	1,25
Rinnovamento italiano	0,76	0,64
Lega nord	1,16	0,96
Centro cristiano democratico, Cristiani democratici uniti	1,07	0,92
Lista Pannella	0,60	0,47
Forza Italia	0,04	1,34
Alleanza nazionale	0,98	-2,02

$$L \Rightarrow P = 1,00 + (1,73 \times 0,20) = 1,00 + 0,34 = 1,34$$

Dunque, rispetto all'effetto moderato (ma comunque decisamente inferiore a quello del partito) accertato dal modello unidirezionale, in questo caso si evidenzia un fortissimo effetto prodotto dal gradimento per il leader sul gradimento per il partito. Per quello che riguarda Forza Italia e il suo leader sembra allora esistere quell'effetto di personalizzazione di cui hanno trattato gli studiosi di comunicazione politica; si tratta di un effetto particolare imputabile alla natura *sui generis* del partito di Berlusconi o di una tendenza generalizzata che riguarda l'intero sistema partitico italiano?

La tabella 8 riporta le stime degli effetti complessivi per tutti i partiti. Rispetto ai risultati prodotti dal modello unidirezionale, la situazione si presenta ora molto più articolata. Solo tre partiti (Rc, Pds e An) ripresentano sostanzialmente la medesima immagine già appurata in precedenza, dal momento che anche in questo caso gli elettori formano le proprie opinioni basandosi sulla simpatia per il partito piuttosto che sul gradimento per i rispettivi leader. Non sorprendentemente, si tratta dei partiti che hanno ereditato dai loro predecessori la struttura del partito di massa a integrazione forte (Panebianco 1982). Altri quattro partiti (Ri, Ln, Ccd-Cdu e LP) presentano invece un sostanziale equilibrio, nel senso che il partito e il leader esercitano un effetto reciproco di dimensioni paragonabili. Infine, nel caso del Partito popolare e di Forza Italia il leader esercita un effetto molto forte sul partito, il quale invece non produce nessuna conseguenza apprezzabile sulla simpatia verso il leader.

L'impiego del modello bidirezionale dunque evidenzia

un'inversione della salienza di partiti e leader come elementi di giudizio per orientare le scelte degli elettori. Dei nove casi considerati, solo tre vedono una chiara preminenza della simpatia per il partito, e in due occasioni la percezione del leader sovrasta per importanza la percezione del partito. Nel complesso, questi risultati sono contemporaneamente molto diversi da quelli prodotti dal modello unidirezionale e più congruenti con le conoscenze di senso comune relative al sistema dei partiti in Italia.

Do issues matter? Un altro risultato prodotto dall'uso del modello unidirezionale era la totale irrilevanza delle tematiche per determinare la simpatia provata dagli elettori sia verso i leader che verso i partiti. L'esame degli effetti diretti nel caso di Forza Italia, presentato nella tabella 7, mostra invece che le tematiche svolgono un ruolo tutt'altro che irrilevante e mette quindi in discussione la tesi dell'assenza di ricorso all'*issue voting* da parte degli elettori italiani. In altre parole, è possibile che il drastico cambiamento del ruolo di partiti e leader evidenziato dal modello bidirezionale sia accompagnato da un analogo cambiamento del ruolo delle tematiche?

Una risposta esaustiva a questa domanda richiede di calcolare anche l'effetto totale prodotto dalle tematiche, che nel caso di Forza Italia può essere calcolato utilizzando i coefficienti della precedente tabella 7:

$$T \Rightarrow P = 0,20 + (0,38 \times 1,00) = 0,20 + 0,38 = 0,58$$

$$T \Rightarrow L = 0,38 + (0,20 \times 0,45) = 0,38 + 0,09 = 0,47$$

Come si vede la stima del solo effetto diretto, che pure nei casi di FI attribuiva un ruolo di media entità alle tematiche, sottovaluta l'effettiva portata del ruolo dei programmi nella determinazione delle opinioni degli elettori. A fronte di un effetto diretto di 0,20 nei confronti del partito e di 0,38 nei confronti di Berlusconi, l'effetto totale prodotto dalle tematiche è rispettivamente di 0,58 e di 0,47.

La tabella 9 riporta l'effetto totale prodotto dalle tematiche sulla simpatia per il partito e per il leader per tutti i partiti presi in esame. Anche in questo caso, il modello bidirezionale rappresenta il ruolo delle tematiche in modo più complesso e mostra esiti che non vengono messi in evidenza dal modello unidirezionale. L'importanza delle tematiche non è una caratteristica

TAB. 9. *Effetto totale prodotto dalle tematiche sul gradimento dei partiti e dei leader*

	T \Rightarrow P	T \Rightarrow L
Rifondazione comunista	-0,17	-0,23
Partito democratico della sinistra	0,55	1,28
Partito popolare italiano	0,43	0,50
Rinnovamento italiano	-0,09	-0,26
Lega Nord	0,02	0,02
Centro cristiano democratico, Cristiani democratici uniti	-0,03	-0,14
Lista Pannella	-0,15	-0,30
Forza Italia	0,58	0,47
Alleanza nazionale	2,25	2,36

unicamente attribuibile a Forza Italia. Il segno negativo oppure il valore prossimo a 0 del coefficiente mostrano infatti che le tematiche rimangono irrilevanti nel caso di Rc, Ri, Ln, Ccd-Cdu e LP, ma hanno un ruolo importantissimo per la percezione del partito e del leader nel caso di Pds, Ppi, FI e An.

Discussione

Il funzionamento delle democrazie moderne si basa su un sistema di deleghe attraverso le quali gli elettori attribuiscono il potere di assumere decisioni ai politici eletti, e questi ultimi a loro volta si avvalgono delle attività dei burocrati per tradurre in politiche pubbliche le promesse effettuate nel corso della campagna elettorale. Le democrazie dunque sono caratterizzate da due rapporti di tipo principale-agente: nel primo, i politici operano come agenti degli elettori, mentre nel secondo gli stessi politici agiscono in qualità di principali dei burocrati. Come in tutti i rapporti di questo tipo, esistono problemi di asimmetria informativa, in seguito ai quali i principali trovano difficoltà a controllare l'operato dei rispettivi agenti e le deleghe non sono quindi in grado di assicurare il corretto funzionamento della rappresentanza democratica (Lupia e McCubbins 1998). Questi limiti della delega sono spesso stati considerati con pessimismo: le difficoltà nell'esercizio di un controllo effettivo – tanto da parte dei politici nei confronti dei burocrati (Niskanen 1971) quanto da parte dei cittadini nei confronti dei politici (Schumpeter 1984) – secondo molti autori rende problematico lo stesso funzionamento della democrazia. La questione è particolarmente

te grave quando sono i cittadini ad essere chiamati ad esercitare le prerogative ad essi attribuite, in quanto è proprio a livello di massa che le credenze politiche sono ritenute così labili e confuse da impedire agli individui di effettuare scelte ragionate sui problemi su cui sono chiamati a pronunciarsi (Converse 1964).

È possibile riformulare il problema nel modo seguente: possono i cittadini conseguire il livello di informazione necessario per assicurare un corretto funzionamento della democrazia? Oggi a questa domanda viene spesso avanzata una risposta affermativa, priva però dell'iper-ottimismo che era tipico delle concezioni della democrazia precedenti a Schumpeter. La politica tratta di beni pubblici e le attività ad essa riferite sono soggette al paradosso del *free rider* (Olson 1983). In campo elettorale, il paradosso si verifica sia per ciò che concerne la partecipazione al voto, sia in riferimento al tempo ed alle energie che gli elettori dedicano all'acquisizione dell'informazione politica, con la conseguenza che le conoscenze dei cittadini rimangono ad un livello lamentevolmente basso, qualificato nella letteratura di scienza politica da espressioni quali «ignoranza razionale» (Downs 1988) o «avarizia cognitiva» (Stroh 1995). Ciò nonostante, si ritiene che l'elettore sia in grado di ragionare sui partiti, sulle tematiche e sui candidati secondo principi di razionalità a bassa informazione (Popkin 1991), impiegando criteri di orientamento che consentono di utilizzare le pur scarse conoscenze politiche detenute. La «scorciatoia» (*shortcut*) più spesso esaminata è probabilmente l'identificazione partitica (o un concetto affine, a seconda delle varianti nazionali), ma l'informazione politica può essere assunta in modo incidentale anche attraverso le attività ordinarie della vita quotidiana, oppure valutando la credibilità delle promesse elettorali dei partiti sulla base delle posizioni prese in passato, del sostegno fornito da determinati gruppi sociali, delle caratteristiche demografiche dei candidati, o ancora affidandosi al giudizio di individui considerati politicamente competenti.

Questo articolo non tratta direttamente del livello di competenza politica degli elettori italiani e della loro capacità di affrontare i compiti richiesti ai cittadini di una moderna democrazia. Piuttosto, ho svolto un esame finalizzato a individuare il ruolo di alcuni criteri impiegati dagli elettori per orientarsi nella scelta del partito in occasione delle elezioni del 1996. A questo scopo, ho analizzato l'effetto prodotto da alcune variabili indipendenti di tipo politico sul voto nel settore proporzionale, te-

nendo conto delle consuete variabili di controllo di tipo sociologico e contestuale. L'intento principale consiste nella considerazione della tesi secondo cui la valutazione del capo del partito è un elemento importante per l'andamento della campagna elettorale. Il modello unidirezionale esaminato in prima battuta smentisce questo punto di vista: come mostrato dalla tabella 3 per Alleanza nazionale e nella tabella 4 per tutti i partiti, la scelta di voto è principalmente determinata dall'atteggiamento degli elettori verso il partito e solo in misura modesta dalla simpatia provata nei confronti del leader. Questo modello e le conclusioni che ne derivano peraltro si basano su alcuni assunti molto forti e in contrasto con i risultati conseguiti dalle ricerche sul processo di personalizzazione della politica italiana. In particolare, mi è sembrato indispensabile sottoporre ad esame l'assunto relativo alla mancata influenza del leader sul partito. Per questo scopo, si è reso necessario costruire il modello bidirezionale e impiegare tecniche di statistica non ricorsiva.

I risultati prodotti dal modello bidirezionale sono molto diversi e forniscono una rappresentazione della campagna elettorale del 1996 più articolata di quanto emergesse in precedenza. In primo luogo, l'impiego del modello bidirezionale evidenzia il peso tutt'altro che trascurabile delle tematiche. La tabella 9 mostra infatti che il favore degli elettori per quattro dei nove partiti presi in esame (Pds, Ppi, FI e An) e per i rispettivi leader è fortemente influenzato dalle proposte programmatiche di quei partiti. Questo risultato ha una rilevanza che va al di là del mero dato numerico, in quanto le tematiche sono più rilevanti per i partiti maggiori del Polo della libertà e dell'Ulivo; al contrario, nel caso dei partiti di dimensione più ridotta (Ri, Ccd-Cdu e LP) oppure non coalizzati (Rifondazione comunista e Lega nord) le tematiche sono irrilevanti, mentre la valutazione del partito e del leader mantengono una capacità superiore di orientamento degli elettori. Considerando i limiti dei dati impiegati, una spiegazione di queste differenze può essere avanzata solo in base a supposizioni. È per esempio possibile che il voto sia motivato dalle promesse programmatiche dei partiti solo quando tali promesse risultano credibili per gli elettori, e uno dei fattori che producono tale credibilità potrebbe essere proprio la dimensione elettorale, la quale assicura al partito una presenza parlamentare e/o governativa tale da consentire la realizzazione delle politiche promesse.

Per ciò che concerne il ruolo del partito e del leader, la ta-

bella 8 permette di dividere i partiti in esame in tre gruppi. Il primo gruppo comprende Rifondazione comunista, Partito democratico della sinistra e Alleanza nazionale, vale a dire tre partiti a strutturazione forte e comunque riconducibili alla tradizione politica italiana. In questo caso, il partito prevale sul leader come criterio di orientamento delle opinioni degli elettori, per quanto esista una differenza fra Rc – per cui il leader riveste comunque una certa importanza – e gli altri due partiti, per cui il leader è invece un criterio completamente irrilevante. Il secondo e più numeroso gruppo comprende Rinnovamento italiano, Lega nord, Ccd-Cdu e Lista Pannella, per cui esiste un sostanziale equilibrio fra leader e partito. In questo caso tanto la simpatia per il partito quanto il gradimento nei confronti del leader è per gli elettori motivo di orientamento per il voto. Il terzo gruppo comprende Forza Italia e il Partito popolare, per cui il gradimento del leader produce conseguenze sulla simpatia per il partito molto più forti di quanto non avvenga nella direzione opposta. Va naturalmente osservato che i leader di questi partiti – Prodi e Berlusconi – sono anche i capi delle due coalizioni che si sono affrontate nel maggioritario. Questo fatto rende verosimile l'esistenza di un'influenza prodotta dalla competizione maggioritaria su quella proporzionale, nel senso che la grande visibilità garantita ai candidati premier dalla forte personalizzazione collegata al bipolarismo e alla scelta (quasi) diretta del capo del governo si riflette poi anche sugli orientamenti degli elettori nel settore proporzionale.

In conclusione, sembra che la tesi della personalizzazione della politica in Italia, sostenuta soprattutto dagli studiosi di comunicazione, vada nel complesso accettata introducendo alcune specificazioni. Essa infatti risulta pienamente confermata per quei partiti (Ppi e FI) la cui valutazione da parte degli elettori è generata soprattutto dal leader, per altri partiti (Ri, Ln, Ccd-Cdu e LP) costituisce un'integrazione necessaria ad altre spiegazioni, ma nel caso degli eredi dei partiti di massa (Rc, Pds, An) la sua validità è messa in discussione dal peso persistente delle appartenenze tradizionali. Il ruolo di questi fattori è evidenziato esclusivamente dai modelli bidirezionali, i quali forniscono una rappresentazione più realistica della competizione elettorale, nell'ambito della quale anche le tematiche come detto svolgono un ruolo che non può essere trascurato. Nel complesso, l'indicazione più importante fornita dall'uso dei modelli bidirezionali è che spesso le scelte degli elettori maturano nel

corso della campagna elettorale sulla base di elementi di breve periodo (leader e tematiche), piuttosto che essere la conseguenza dei fattori di lungo periodo (ideologia e identificazione partitica, ma anche caratteristiche sociologiche) che costituiscono l'oggetto abituale degli studi sul voto degli italiani.

Uno degli strumenti teorici più diffusi nella ricerca elettorale in Italia è la nota tipologia delle relazioni fra partiti ed elettori proposta da Parisi e Pasquino (1977). Com'è noto, Parisi e Pasquino identificavano tre tipi di voto – di opinione, di appartenenza e di scambio – sulla base delle differenze relative a quattro dimensioni: il contenuto e l'oggetto dell'opzione di voto, la base sociale dell'elettorato, il tipo di comunicazione politica e infine la maggiore o minore stabilità nel tempo (1977, 221). In riferimento ai risultati di questo lavoro, il voto basato sulle tematiche e il voto basato sul partito corrispondono rispettivamente al voto di opinione e di appartenenza. La relazione fra partito ed elettore basata sul leader al contrario è un'innovazione degli anni recenti che non è stata ancora fatta oggetto di riflessione teorica. Un tentativo di classificazione del «voto di leadership»¹⁶ può basarsi sui medesimi criteri impiegati da Parisi e Pasquino. L'*opzione di voto* è ovviamente legata al leader del partito e alla valutazione che di esso dà l'elettore; in linea di principio, il voto di leadership non è collegato a nessuna *base sociale* particolare, esso risulta tuttavia più praticato dagli elettori politicamente meno competenti (Venturino 1998, 62); *informazione* su cui si basa questo tipo di voto è prevalentemente assunta dalla televisione; quanto alla *stabilità nel tempo*, si tratta di un voto mobile, che si è manifestato con la grande volatilità elettorale degli anni '90 e che risente del tipo di consultazione – locale, nazionale o europea – in esame. Se, come probabile, nei prossimi anni si assisterà ad un'ulteriore perdita di importanza dei canali tradizionali di comunicazione e all'espansione dell'informazione politica per via televisiva, il leader potrebbe divenire il fattore principale per determinare la vittoria o la sconfitta alle urne. Un fattore, comunque, da non trascurare.

¹⁶ Nella scelta di questa espressione tengo conto delle diverse forme di personalizzazione della politica a cui ho accennato in precedenza. In particolare, il voto di leadership, in cui l'elettore è motivato dal gradimento per il capo del partito, non deve essere confuso con il voto personale che è attivato dai candidati locali operanti a livello di collegio.

Riferimenti bibliografici

- Asher, H.B. (1983), *Causal Modeling*, Beverly Hills, Sage.
- Baldini, G. e G. Legnante (1999), *Le elezioni amministrative del 1997: le caratteristiche della competizione e alcune ipotesi sulla rilevanza del fattore incumbency*, in S. Operto (a cura di), *Votare in città. Riflessioni sulle elezioni amministrative in Italia*, Milano, Angeli.
- Bartolini, S. e R. D'Alimonte (a cura di) (1995), *Maggioritario ma non troppo. Le elezioni politiche del 1994*, Bologna, Il Mulino.
- Bean, C. (1993), *The Electoral Influence of Party Leader Images in Australia e New Zealand*, in «Comparative Political Studies», n. 1, pp. 111-132.
- Bean, C. e A. Mughan (1989), *Leadership Effects in Parliamentary Elections in Australia and Britain*, in «American Political Science Review», n. 4, pp. 1165-1179.
- Berelson, B., P. Lazarsfeld e W. McPhee (1954), *Voting. A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*, Chicago, University of Chicago Press.
- Berry, W.D. (1984), *Nonrecursive Causal Models*, Beverly Hills, Sage.
— (1993), *Understanding Regression Assumptions*, Newbury Park, Sage.
- Biorcio, R. e R. Mannheimer (1995), *Relationships between Citizens and Political Parties*, in H.D. Klingemann e D. Fuchs (a cura di), *Citizens and the State*, Oxford, Oxford U.P.
- Bohrnstedt, G.W. e D. Knoke (1998), *Statistica per le scienze sociali*, Bologna, Il Mulino.
- Budge, I., D. Robertson e D. Hearl (a cura di) (1987), *Ideology, Strategy and Party Change: Spatial Analyses of Post-War Elections Programmes in Nineteen Democracies*, Cambridge, Cambridge U.P.
- Campbell, A., P.E. Converse, W.E. Miller e D.E. Stokes (1960), *The American Voter*, New York, Wiley.
- Capecchi, S. (1997), *Il faccia a faccia Berlusconi-Prodi. Il confronto televisivo visto dalla stampa*, in M. Livolsi e U. Volli (a cura di), *Il televoto. La campagna elettorale in televisione*, Milano, Angeli.
- Cheli, E., P. Mancini, G. Mazzoleni e G. Tinacci-Mannelli (1989), *Elezioni in Tv: dalle tribune alla pubblicità*, Milano, Angeli.
- Converse, P.E. (1964), *The Nature of Belief Systems in Mass Publics*, in D. Apter (a cura di), *Ideology and Discontent*, New York e London, The Free Press.
- Cox, G. (1997), *Making Votes Count. Strategic Coordination in the World's Electoral Systems*, Cambridge, Cambridge U.P.
- D'Alimonte, R. e S. Bartolini (1997), *Come perdere una maggioranza: la competizione nei collegi uninominali*, in R. D'Alimonte e S. Bartolini (a cura di), *Maggioritario per caso. Le elezioni politiche del 1994 e del 1996 a confronto: il ruolo del sistema elettorale, le coalizioni, le scelte degli elettori*, Bologna, Il Mulino.

- D'Alimonte, R. e A. Chiaramonte (1993), *Il nuovo sistema elettorale italiano: quali opportunità?*, in «Rivista Italiana di Scienza Politica», n. 3, pp. 513-547.
- Di Virgilio, A. (1999), *Quanta acqua sotto i ponti della politica locale? Regole e attori del voto comunale quattro anni dopo*, in S. Operto (a cura di), *Votare in città. Riflessioni sulle elezioni amministrative in Italia*, Milano, Angeli.
- Downs, A. (1988), *Teoria economica della democrazia*, Bologna, Il Mulino.
- Fabbrini, S. (1999), *Il principe democratico. La leadership nelle democrazie contemporanee*, Roma e Bari, Laterza.
- Graetz, B. e I. McAllister (1987), *Popular Evaluations of Party Leaders in the Anglo-American Democracies*, in H.D. Clarke e M.M. Czudnowski (a cura di), *Political Elites in Anglo-American Democracies. Changes in Stable Regimes*, DeKalb, Northern Illinois U.P.
- Laver, M. e W.B. Hunt (1992), *Policy and Party Competition*, Routledge, New York e London.
- Lijphart, A. (1988), *Democrazie contemporanee*, Bologna, Il Mulino.
- Livolsi, M. (1997), *Dove eravamo*, in M. Livolsi e U. Volli (a cura di), *Il televoto. La campagna elettorale in televisione*, Milano, Angeli.
- Lupia, A. e M.D. McCubbins (1998), *The Democratic Dilemma. Can Citizens Learn What They Need to Know?*, Cambridge, Cambridge U.P.
- Macdonald, S.E., O. Listhaug e G. Rabinowitz (1991), *Issues and Party Support in Multiparty Systems*, in «American Political Science Review», n. 4, pp. 1107-1131.
- Maddens, B. (1996), *Directional Theory of Issue Voting: The Case of the 1991 Parliamentary Elections in Flanders*, in «Electoral Studies», n. 1, pp. 53-70.
- Mannheimer, R. e G. Sani (1987), *Il mercato elettorale. Identikit dell'elettore italiano*, Bologna, Il Mulino.
- Maraffi, M. (1997), *Da un maggioritario all'altro: candidati e schieramenti nella transizione politica italiana*, in P. Corbetta e A.M.L. Parisi (a cura di), *A domanda risponde. Il cambiamento del voto degli italiani nelle elezioni del 1994 e del 1996*, Bologna, Il Mulino.
- Marini, R. (1995), *I contenuti. Falsa vittoria delle policy issues?*, in P. Mancini e G. Mazzoleni (a cura di), *I media scendono in campo. Le elezioni politiche del 1994 in televisione*, Roma, Nuova Eri.
- Marschiani, F. (1997), *Tra Berlusconi e Prodi. Giochi di credibilità*, in M. Livolsi e U. Volli (a cura di), *Il televoto. La campagna elettorale in televisione*, Milano, Angeli.
- Mattina, L. (1995), *I candidati*, in S. Bartolini e R. D'Alimonte (a cura di), *Maggioritario ma non troppo. Le elezioni politiche del 1994*, Bologna, Il Mulino.
- Mattina, L. e A. Tonarelli (1997), *I candidati: identità partitiche e logi-*

- che coalizionali*, in R. D'Alimonte e S. Bartolini (a cura di), *Maggioritario per caso. Le elezioni politiche del 1994 e del 1996 a confronto: il ruolo del sistema elettorale, le coalizioni, le scelte degli attori*, Bologna, Il Mulino.
- Mazzoleni, G. (1993), *Personalizzazione senza spettacolarizzazione?*, in P. Mancini (a cura di), *Persone sulla scena. La campagna elettorale del 1992 in televisione*, Torino, Eri/Vqpt.
- Midtbø, T. (1997), *The Electoral Effect of Party Leader Approval in Norway*, in «Scandinavian Political Studies», n. 2, pp. 135-158.
- Miller, W.E. e J.M. Shanks (1996), *The New American Voter*, Cambridge e London, Harvard U.P.
- Nadeau, R., R. Niemi e T. Amato (1996), *Prospective and Comparative or Retrospective and Individual? Party Leaders and Party Support in Great Britain*, in «British Journal of Political Science», n. 2, pp. 245-258.
- Nie, N.H., S. Verba e J.R. Petrocik (1979), *The Changing American Voter*, Cambridge e Londra, Harvard U.P.
- Niskanen, W. (1971), *Bureaucracy and Representative Government*, Chicago, Aldine Press.
- Olson, M. (1983), *La logica dell'azione collettiva*, Milano, Feltrinelli.
- Page, B.I. e C.C. Jones (1979), *Reciprocal Effects of Policy Preference, Party Loyalties and the Vote*, in «American Political Science Review», n. 4, pp. 1071-1079.
- Panebianco, A. (1982), *Modelli di partito. Organizzazione e potere nei partiti politici*, Bologna, Il Mulino.
- Parisi, A.M.L. e G. Pasquino (1977), *Relazioni partiti-elettori e tipi di voto*, in A.M.L. Parisi e G. Pasquino (a cura di), *Continuità e mutamento elettorale in Italia*, Bologna, Il Mulino.
- Pasquino, G. (1992), *La nuova politica*, Bari, Laterza.
- (1993a) (a cura di), *Votare un solo candidato. Le conseguenze politiche della preferenza unica*, Bologna, Il Mulino.
- (1993b), *Bilancio della preferenza unica e futuro della riforma elettorale*, in G. Pasquino (a cura di), *Votare un solo candidato. Le conseguenze politiche della preferenza unica*, Bologna, Il Mulino.
- Popkin, S.L. (1991), *The Reasoning Voter. Communication and Persuasion in Presidential Campaigns*, Chicago e London, The University of Chicago Press.
- Rabinowitz, G. e S.E. Macdonald (1989), *A Directional Theory of Issue Voting*, in «American Political Science Review», n. 1, pp. 93-121.
- Sani, G. (1995), *C'è un leader in video: la forza delle telepolitica*, in «Il Mulino», n. 361, pp. 877-887.
- Sartori, G. (1997), *Homo videns. Televisione e post-pensiero*, Roma-Bari, Laterza.
- (1998³), *Ingegneria costituzionale comparata. Strutture, incentivi ed esiti*, Bologna, Il Mulino.

- Schumpeter, J.A. (1984), *Capitalismo, socialismo e democrazia*, Milano, Etas.
- Stroh, P.H. (1995), *Voters as Pragmatic Cognitive Misers: The Accuracy-Effort Trade-off in the Candidate Evaluation Process*, in M. Lodge e K.M. McGraw (a cura di), *Political Judgment. Structure and Process*, Ann Arbor, The University of Michigan Press.
- Venturino, F. (1995), *Le conseguenze politiche del nuovo sistema elettorale comunale: un esame empirico*, in «Quaderni dell'Osservatorio Elettorale», n. 34, pp. 71-91.
- (1998), *Competenza politica e formazione dell'opinione pubblica. Partiti, leader e tematiche nelle elezioni del 1996*, in «Quaderni dell'Osservatorio Elettorale», n. 40, pp. 43-70.
- Verzichelli, L. (1995), *Gli eletti*, in S. Bartolini e R. D'Alimonte (a cura di), *Maggioritario ma non troppo. Le elezioni politiche del 1994*, Bologna, Il Mulino.
- Wattenberg, M.P. (1991), *The Rise of Candidate-Centered Politics. Presidential Elections of the 1980's*, Cambridge e London, Harvard U.P.
- Westholm, A. (1997), *Distance versus Direction: The Illusory Defeat of the Proximity Theory of Electoral Choice*, in «American Political Science Review», n. 4, pp. 865-883.