
OSSERVATORIO
SULLA
CULTURA CIVICA
IN
ITALIA

QUINTO RAPPORTO NAZIONALE 2005

OSSERVATORIO
SULLA
CULTURA CIVICA
IN
ITALIA

QUINTO RAPPORTO NAZIONALE 2005



OSSERVATORIO SULLA CULTURA CIVICA IN ITALIA
QUINTO RAPPORTO NAZIONALE 2005

Indagine a cura di
ISTITUTO IPSOS
PAOLO NATALE, UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

Volume edito da:
COMIECO
CONSORZIO NAZIONALE RECUPERO E RICICLO DEGLI IMBALLAGGI A BASE CELLULOSICA

Pubblicazione non periodica, distribuzione gratuita ed incondizionata

Progetto grafico e impaginazione
Alkimia

SOMMARIO

Prefazione di: ROSA RUSSO IERVOLINO,	Sindaco del Comune di Napoli	5
Introduzioni di: CARLO MONTALBETTI,	Direttore Generale Comieco	6
MICHELE BUONOMO,	Presidente Legambiente Campania	9
GENNARO BIONDI ILLUMINATO BONSIGNORE	Presidente ASIA Napoli Amministratore Delegato ASIA Napoli	11

IL SENSO CIVICO IN ITALIA: BAROMETRO ANNUALE 2001-2005 a cura di Paolo Natale 13

Il barometro del senso civico	14
La metodologia usata	15

1. FAMILISMO E SOCIETÀ 17

1.1	Gli italiani e gli aspetti importanti della vita	17
1.2	Gli italiani e la famiglia	19

2. GLI ITALIANI E LE ISTITUZIONI 21

2.1	Il confronto tra le Istituzioni politiche nazionali e quelle locali	23
2.2	I partiti politici come sempre fanalino di coda nella fiducia degli italiani	23
2.3	Gli esempi della classe dirigente	24

3. INDIVIDUALISMO E COLLETTIVITÀ 26

3.1	Gli italiani e gli altri Italiani	26
3.2	Gli italiani e la qualità della vita	28
3.3	Gli italiani e la collettività	29
3.4	Gli italiani e la raccolta differenziata	30

5. LE COMPONENTI DELLA CIVICNESS: UNA TIPOLOGIA DEGLI ITALIANI 32

4.1	Tre modalità interpretative della “civiness”	33
4.2	I tipi di italiani: un <i>cluster</i> delle modalità della civiness	35

OSSERV
VATORI
O SUL
LA CUL
TURA
CIVICA
N ITALIA
2006

PREFAZIONE

L'amministrazione Comunale di Napoli si è fatta promotore dell'Osservatorio Nazionale Senso Civico e ne ospita la sede presso Palazzo San Giacomo. Un impegno da protagonista da parte della città Partenopea per fornire ogni anno, assieme ai partner Comieco, Legambiente e Asia, una sorta "barometro del senso civico" che aiuti a comprendere come gli italiani, ed i napoletani in particolare, percepiscono quel tessuto di regole civili presenti nel loro territorio.

Un momento di confronto per capire come sta evolvendo la nostra società e per studiare strategie in grado di rispondere a queste importanti esigenze di cambiamento che investono la vita quotidiana, dai rapporti interpersonali a quelli con le istituzioni, alla percezione della famiglia e dell'ambiente.

E' importante che le istituzioni osservino l'evoluzione del senso civico monitorando se, ed in che misura, gli italiani tengono al bene pubblico o sono invece attenti soltanto ai propri effetti ed affetti; se hanno fiducia nei rapporti di vicinato oppure tendono a chiudersi dentro le mura domestiche.

Il senso civico rappresenta una leva importante per rendere veramente vivibili le nostre città, ecco perché accrescere e rafforzare la cultura civica è senz'altro una priorità per le amministrazioni comunali, ma anche un impegno quotidiano per tutti i cittadini.

il Sindaco
ROSA RUSSO IERVOLINO

UNO SPRONE A PROSEGUIRE

I risultati dell'annuale Osservatorio sul senso civico, che giunge alla sua quinta edizione, fotografano un Paese in un momento di incertezza, se non di difficoltà, ma segnalano anche i punti di forza sui quali la collettività italiana può contare per superare questa fase problematica del proprio sviluppo. E confermano anche la validità della decisione di Comieco di continuare a sostenere questa iniziativa, che con l'intervento del Comune di Napoli diviene ora permanente con sede proprio nel capoluogo partenopeo.

Napoli e il Mezzogiorno, con i loro problemi irrisolti e con le loro immense potenzialità di sviluppo costituiscono – l'esito dell'indagine lo conferma – uno dei maggiori banchi di prova delle possibilità di crescita di una vera civiness in questo Paese. Non è un caso, del resto, che proprio sul Mezzogiorno Comieco stia concentrando la gran parte delle proprie risorse, collaborando da vicino con gli enti locali e le forze del volontariato.

Dalle risposte al questionario dell'Osservatorio esce l'immagine di un Paese che cerca nel proprio ristretto ambito familiare e nella comunità locale una difesa dalle insidie del mondo contemporaneo.

È un'Italia che di fronte ai problemi del lavoro e della sicurezza sembra arretrare, rinchiudersi a riccio, guardando il prossimo con crescente diffidenza. Sono segnali di cui tutti in futuro dovranno tenere conto, a cominciare dalle forze politiche e dalle istituzioni centrali, che sembrano giunte ai minimi storici negli indici di fiducia degli italiani.

Sarebbe errato però non cogliere, in questo contesto, alcuni segnali positivi, decisamente contro-corrente. Pensiamo in primo luogo alla conferma di una fiducia diffusa degli intervistati nei confronti delle amministrazioni locali, che contendono alle istituzioni europee la palma delle favorite dagli italiani. I Comuni godono di circa il 60% di preferenze, più o meno il doppio di quelle che vanno al Governo e addirittura il quadruplo di quelle dei partiti politici.

In cima alla classifica del gradimento degli italiani, ancora una volta, si trovano le associazioni del volontariato, che vedono i propri voti crescere ulteriormente di quasi il 10%, fino a sfiorare l'85%. È un risultato che premia l'impegno personale e il lavoro delle organizzazioni di base, nate spesso attorno al progetto di risolvere i problemi concreti dei quartieri e delle città.

Noi troviamo nelle risposte date dai cittadini italiani al questionario dell'Osservatorio la conferma della strada intrapresa da tempo: quella di lavorare a stretto contatto con le amministrazioni locali e con le organizzazioni di base, sul territorio. Sono questi soggetti – che come abbiamo visto godono della fiducia dei cittadini – l'anima dell'attività di raccolta differenziata, insieme naturalmente a tutti i cittadini. E questo spiega come mai, pur in un momento di difficoltà e di scetticismo, come quello fotografato dall'Osservatorio, la crescita della raccolta differenziata di carta e cartone non conosca rallentamenti di sorta, al Nord come al Sud. Nel 2005 sono state oltre 2 milioni le tonnellate di carta e cartone raccolte, con un incremento di oltre il 9% rispetto all'anno precedente: un risultato che colloca il Mostro Paese nel gruppo dei più "ricicloni" del mondo.

Questi risultati sono stati ottenuti nel breve volgere di pochi anni. Ricordiamo che solo all'inizio di questo decennio il nostro paese importava dall'estero oltre un milione di tonnellate di macero per alimentare l'industria cartaria nazionale, mentre oggi è un esportatore netto di carta e cartone da riciclare. Questa rivoluzione non ha solo benefiche conseguenze per l'ambiente e per l'economia.

Con lo sviluppo della raccolta differenziata è migliorata la capacità attrattiva dei nostri territori nel contesto internazionale; un risultato non di poco conto in un paese come il nostro, a forte vocazione turistica.

Si è inoltre sviluppata in questi anni una forte competenza specifica nell'organizzazione e nella realizzazione della raccolta differenziata nei più diversi contesti ambientali (grandi e piccoli centri urbani, isole, frazioni di montagna, centri storici, quartieri residenziali moderni, ecc.). Sono nate imprese specializzate nella progettazione e realizzazione di contenitori, mezzi di raccolta, macchinari utili per la selezione dei materiali riciclabili: è un know how quanto mai prezioso per il paese, che oggi si può pensare anche di esportare nei paesi che solo ora iniziano a confrontarsi con la sfida della raccolta differenziata, e che possono a buon titolo guardare a noi in cerca di soluzioni e di metodologie di successo.

Direttore Generale Comieco
CARLO MONTALBETTI

OSSERV
VATORI
O SUL
LA CUL
TURA
CIVICA
N ITALIA
2006

VIRTU' CIVICA: UNA NUOVA SFIDA PER LE AMMINISTRAZIONI

La ricerca, nata all'interno di Legambiente e giunta ormai alla sesta edizione ha avuto sede per la prima volta a Napoli, nell'intento di affiancare all'ormai conosciuta ricerca nazionale sulla cultura civica in Italia un focus più approfondito sulla città partenopea. La nostra è insieme una denuncia e un richiamo, una proposta di collaborazione che rivolgiamo alle istituzioni pubbliche statali e locali: perché vetri rotti, panchine divelte, mura imbrattate sono l'autodenuncia di un malessere sociale e di un senso di appartenenza territoriale compromesso che deve preoccupare prima di tutti lo Stato. Il vandalismo è un fenomeno che colpisce i beni privati e quelli pubblici, coinvolgendo spesso la sicurezza delle persone. Purtroppo se ne parla raramente, e solo quando un avvenimento è caratterizzato da inaccettabili eccessi.

Ma è un fenomeno che colpisce quotidianamente senza soluzione di continuità. Ma come mai Legambiente presta tanta attenzione al vandalismo? Perché è un indicatore significativo di malessere sociale e di scarso senso di appartenenza territoriale. Perché su questo terreno l'attenzione dell'amministrazioni centrali e locali, è pressoché nulla.

In risposta a questo atteggiamento rinunciatario bisogna pensare che il rispetto della città, di ogni suo luogo e di ogni suo bene, esalta la sua identità, la rende più vivibile ma soprattutto più vicina al singolo cittadino. E' quindi importante non cadere nell'errore di considerare il vandalismo e le sue conseguenze come un fenomeno irreversibile. Arrendersi all'illegalità significa abbandonare la città e sperare che qualcosa cambi senza nessun tipo di intervento istituzionale. Diffondere e sostenere la cultura del rispetto del patrimonio pubblico, pur nei limiti dei budget comunali, dovrebbe diventare naturale per le amministrazioni e i cittadini.

Proprio un'intesa solidale tra amministrazione pubblica e cittadinanza potrebbe essere la svolta indispensabile per azioni e progetti efficaci a beneficio di una reale elevazione del valore civico.

Presidente Legambiente Campania
MICHELE BUONOMO



ASIA NAPOLI PER L'OSSERVATORIO SULLA CULTURA CIVICA

L'ASIA Napoli S.p.A., partecipa con convinzione all'Osservatorio Nazionale Senso Civico in quanto esso rappresenta un "luogo" di testimonianza di comportamenti ed azioni che rispondano alle nuove esigenze di una società ed un modo di fare impresa in continua e rapida evoluzione. L'Azienda, in tutte le sue componenti, opera già da tempo nella convinzione che l'obiettivo strategico da perseguire non sta solo in una corretta e trasparente gestione dei conti, quanto piuttosto nel produrre "profitto sociale" ovvero qualità del servizio per conto della comunità dei propri utenti e nel territorio nel quale è chiamata ad operare. Per il gruppo dirigente di ASIA il perseguimento di tale obiettivo passa attraverso due momenti fondamentali che sono individuabili, rispettivamente, nella responsabilità sociale dell'impresa e nella promozione del senso civico dei cittadini.

L'adozione di comportamenti socialmente responsabili significa andare al di là degli obblighi e degli adempimenti legislativi cui l'impresa è tenuta a conformarsi volontariamente nella costruzione di relazioni, con i propri interlocutori. Tradotto nei processi e nelle strategie aziendali, significa semplicemente lavorare per migliorare la qualità della vita dei propri lavoratori e dei cittadini utenti. D'altra parte è ormai diffusa la consapevolezza che la responsabilità sociale d'impresa denoti qualcosa che va oltre la gestione dell'immagine o delle attività filantropiche, facendo invece riferimento all'impegno che affonda le proprie radici nel core business dell'impresa. Si tratta di una scelta volontaria che non può essere calata dall'alto e che ASIA ha compiuto in perfetta sintonia con il proprio azionista, il Comune di Napoli, che ha concretamente manifestato la propria sensibilità in questa direzione proponendosi come sede permanente dell'Osservatorio sulla Cultura Civica in Italia.

La promozione del senso civico rappresenta, da parte sua, l'altro aspetto della strategia aziendale volta al perseguimento del "profitto sociale" e si concretizza in una serie di iniziative che tendono a condividere sempre più le scelte aziendali con gli utenti, attraverso specifiche attività di comunicazione e la costruzione di eventi che coinvolgono soprattutto le giovani generazioni alla quali è affidato l'arduo compito della crescita della "coscienza collettiva", ovvero del senso di appartenenza attiva alla comunità nella quale si costruiscono tutte le forme di socializzazione e partecipazione. Banco di prova di questo impegno per la specifica mission alla quale è chiamata l'ASIA e la diffusione della Raccolta Differenziata, ovvero di quel processo di partecipazione condivisa ad un processo di miglioramento della vita degli individui, di superamento di approcci individualistici alle problematiche sociali, di crescita economica in un contesto di rispetto di un ambiente che dobbiamo – come generazione – consegnare ai nostri figli e nipoti in condizioni almeno non peggiori di quelle che sono state ereditate.

Presidente
GENNARO BIONDI

Amministratore Delegato
ILLUMINATO BONSIGNORE

OSSERV
VATORI
O SUL
LA CUL
LTURA
CIVICA
N ITALIA
2006

**IL SENSO CIVICO IN ITALIA:
BAROMETRO ANNUALE 2001-2005**

di Paolo Natale

IL BAROMETRO DEL “SENSO CIVICO”

Il monitoraggio sulla cultura civica in Italia, che Comieco ha intrapreso unitamente a LegAmbiente, con la collaborazione di Ipsos P.A. e l'Università di Scienze Politiche di Milano, è giunto al suo quinto appuntamento. Mentre nei primi tre anni le rilevazioni erano state affidate a TNS, negli ultimi due anni il barometro è stato realizzato dall'Istituto IPSOS P.A., composto per la maggior parte dagli stessi componenti lo staff impegnato nelle scorse indagini. L'indagine ha l'intento di costituire una base di conoscenza per valutare i comportamenti e gli atteggiamenti sulla "civicness" dei cittadini, oltreché a rilevarne i mutamenti nel corso del tempo. L'obiettivo è infatti quello di fornire, con frequenza annuale, un sorta di “barometro del senso civico”.

Prima di presentare i principali risultati di questa quarta rilevazione, è opportuno richiamare brevemente che si intenda per “civicness” (traducibile in italiano con “cultura civica” o “senso civico”). Già di per sé è questo un compito abbastanza arduo: numerosi autori, commentatori e studiosi utilizzano il termine secondo modalità talvolta contrapposte, in conformità alla propria linea interpretativa. Possiamo utilizzare come definizione di base quella che ne ha dato Putnam nel suo “La tradizione civica nelle regioni italiane” (Mondadori, Milano, 1993), cioè l'insieme del tessuto e delle regole civili esistenti in un determinato contesto territoriale ovvero all'interno del costrutto della personalità individuale. Tale provvisoria definizione si può articolare in diverse componenti.

La mancanza, nel nostro Paese, di una diffusa e radicata cultura civica è utilizzata da molti autori e commentatori per spiegare da un lato la permanenza di mali storici della nostra democrazia (come l'arretratezza socio-economica di alcune regioni e la presenza di significativi fenomeni di corruzione a diversi livelli), dall'altro l'emergere di nuove tendenze disgregatrici (come le aspirazioni separatiste di alcuni). Alla civicness come fattore di buon funzionamento e stabilità della democrazia si contrapporrebbe quella che è stata alternativamente definita come sindrome o cultura particolaristica, nelle sue diverse connotazioni quali il localismo, il familismo, ecc., che guarda alla propria ristretta sfera (familiare, economica, territoriale, ecc.) come unico orizzonte di riferimento valoriale e comportamentale (“L'isolamento dello spirito civico”, in N. Negri, L. Sciolla, *Il Paese dei paradossi*, Carocci, Roma 1996).

Si sostiene in definitiva come non sia sufficiente la presenza di un forte spirito civico di origine “individuale” per garantire la stabilità e la maturità del sistema: il punto focale è quello di rigenerare quella fiducia nelle istituzioni e quel senso di appartenenza territoriale (nazionale) in assenza dei quali la civicness resta una virtù privata, utile al mercato ma non alla politica, mentre la partecipazione tende ad essere sganciata dal tema della responsabilità collettiva. L'approccio di Sciolla e Negri sembra particolarmente stimolante e convincente, proprio perché permette di evitare una interpretazione riduttiva ed esclusivamente “culturalista”, tentando invece di considerare l'interazione tra atteggiamenti e comportamenti individuali e sfera pubblica in una dimensione più complessiva.

LA METODOLOGIA UTILIZZATA

Mentre nel primo anno sono state utilizzate due fasi distinte di analisi (la prima con scopi esplorativi, la seconda di approfondimento), dalla seconda rilevazione in poi - grazie all'esperienza maturata nel passato - è stata effettuata un'unica fase, svolta in tutte le occasioni nel secondo semestre dell'anno. Nel biennio 2004-2005, essa è stata realizzata mediante interviste postali auto-compilate da parte di un campione di circa 1.250 individui, rappresentativo della popolazione italiana di 18 anni e oltre, per genere, fasce di età, area geografica e ampiezza del comune di residenza.

A partire dallo scopo generale del progetto e tenendo conto delle premesse indicate, la ricerca ha inteso perseguire differenti obiettivi di analisi. E' stata innanzitutto distinta la fase di definizione dei concetti che si intendevano analizzare (nel nostro caso la cultura civica o *civiness*) e quella di operazionalizzazione e quindi possibile misurazione presso il campione di intervistati ed eventuali suoi sottogruppi.

In secondo luogo, si è evidenziata una differenziazione tra elementi oggettivi utili per definire il grado di *civiness* o cultura civica presente nel nostro paese, ed elementi soggettivi (come è vissuta, interpretata, valutata dai singoli). Sul piano individuale, poi, è stato necessario effettuare una distinta valutazione dei comportamenti effettivi (propri e altrui) e degli atteggiamenti (propri e altrui); nel nostro caso, la misurazione dei comportamenti è risultata particolarmente difficoltosa in quanto le risposte degli intervistati

sono state viziate dalla mancata dichiarazione di comportamenti ritenuti riprovevoli o comunque non del tutto ammissibili.

L'indagine è stata quindi finalizzata a:

- isolare e analizzare le differenti componenti della *civiness*, quelle valoriali, fiduciarie, identitarie e comportamentali;
- analizzare i rapporti reciproci tra le diverse componenti e isolare uno o più "modelli di *civiness*";
- analizzare la diffusione e l'incidenza della *civiness* nei diversi contesti territoriali e socio-demografici;
- analizzare il rapporto tra la *civiness* e gli altri piani della vita individuale e collettiva.

Tutti questi strumenti analitici sono per il momento da considerarsi per alcuni versi già paradigmatici per una corretta sistematizzazione delle tematiche considerate, per altri versi ancora "in progress": i risultati cui siamo pervenuti, attraverso il loro utilizzo, rivestono infatti connotazioni, su alcuni aspetti, ancora ambivalenti. Come vedremo, l'affinamento di un'indagine approfondita su questi temi richiede accurati test di validazione, da replicare secondo tempi e modalità almeno di medio periodo. Ciò che qui viene presentato è il compendio dell'attività svolta in questi primi cinque anni di rilevazione, che possono aiutarci a comprendere a fondo il cammino da percorrere nel prossimo futuro, per cercare di fornire elementi utili a migliorare il rapporto tra i cittadini e la loro storia presente.

METODOLOGIA UTILIZZATA

UNIVERSO DI RIFERIMENTO	Individui residenti in Italia di 18 anni e oltre (circa 45 milioni)
CAMPIONE	Stratificato e casuale, selezionato in base a quote per sesso, età, titolo di studio, area geografica di residenza e ampiezza del Comune di residenza; ponderato per le stesse variabili e per tasso di frequenza alle funzioni religiose
METODOLOGIA	Interviste mediante questionario auto-compilato inviato per posta
NUMERO DI INTERVISTE ESEGUITE	1.300 + 1.350 + 1.550 + 1.250 + 1.200
PERIODO DI RILEVAZIONE	gen. 2001, mag. 2002, giu. 2003, sett. 2004, dic. 2005
MARGINE DI ERRORE STATISTICO	compreso fra +/- 0.5% e +/- 2.7%

COMPOSIZIONE DEL CAMPIONE

SESSO	uomini	49%
	donne	51%
CLASSI DI ETÀ	18-30 anni	22%
	31-45 anni	31%
	46-60 anni	24%
	oltre 60 anni	23%
TITOLO DI STUDIO	laurea	8%
	diploma	30%
	lic. media	32%
	elem/nessuno	30%
CONDIZIONE PROFESSIONALE	impr./dirig./prof.	3%
	comm./artig./autonomi	6%
	impiegati/insegnanti	17%
	operai/esecutivi	15%
	disoccupati	7%
	studenti	14%
	casalinghe	19%
	pensionati/altro non occ.	19%
AREA GEOGRAFICA	Nord Ovest	26%
	Nord Est	12%
	Centro Nord	17%
	Centro Sud	22%
	Sud e Isole	23%
AMPIEZZA COMUNE DI RESIDENZA	fino a 10mila ab.	32%
	10-30mila ab.	23%
	30-100mila ab.	21%
	oltre 100mila ab.	24%

1. FAMILISMO E SOCIETÀ

Anche nell'ultima rilevazione, e ormai da tempo, la famiglia permane nella percezione degli italiani come il fulcro portante della vita quotidiana: le mura di casa racchiudono la cerchia ristretta degli affetti considerati sicuri. Una delle domande contenute nella ricerca (e più volte utilizzata anche in passato) è quella in cui si chiede agli intervistati quali siano gli aspetti e i valori più importanti della vita di ciascun individuo. La famiglia è di nuovo (e rimane costantemente) al primo posto di questa graduatoria.

Sede degli affetti e della solidarietà, istituzione primaria nella formazione dell'individuo, rete di sostegno nei periodi di difficoltà, luogo di permanenza dei figli ancora in attesa di definire il proprio futuro, patto di convivenza tra generazioni, garanzia di mantenimento del tenore di vita per tutti i suoi membri: la famiglia rimane per gli italiani il valore nettamente più importante. Le funzioni che essa assolve possono essere numerose e talvolta contrastanti tra loro, ma certamente la famiglia italiana dimostra una plasticità ed una capacità di trasformarsi, rimanendo sempre centrale nella vita di ciascuno, sconosciuta in altri Paesi. L'importanza che gli intervistati le riconoscono è costantemente assai elevata, senza differenze significative tra le diverse aree del Paese, tra le professioni o i gruppi sociali o le classi di età.

1.1 GLI ITALIANI E GLI ASPETTI IMPORTANTI DELLA VITA

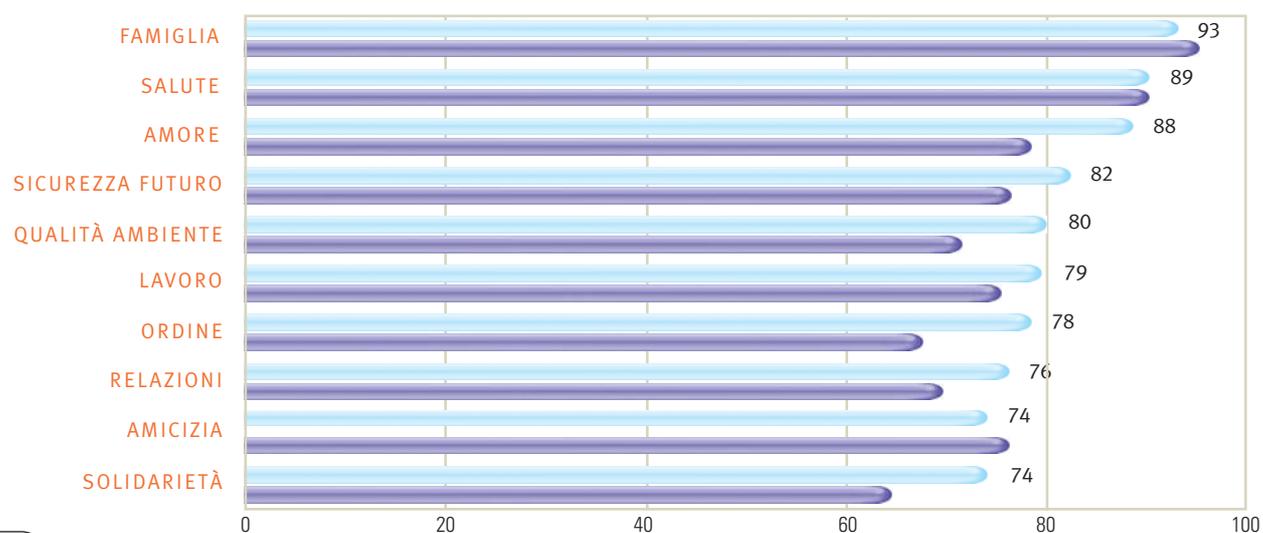
Restano sempre le aree del privato ad occupare le prime posizioni e bisogna arrivare proprio alla fine delle "top ten" per trovare una dimensione (la solidarietà) che tenga conto dei legami alla collettività. Occorre inoltre sottolineare come tutte le opzioni legate all'impegno (politico, ovviamente, ma anche religioso, sociale e ambientale) siano il fanalino di coda di tutte le graduatorie dal 2001 ad oggi. Risultato, anche questo, assai omogeneo tra tutti i gruppi. Benché, nell'ultima rilevazione relativa al 2005, fatto salvo l'impegno più specificamente legato alla politica, il gap tra gli altri "impegni" e gli aspetti immediatamente precedenti nella classifica si sia sensibilmente ridotto. Come dire: la lotta per non retrocedere si è provvisoriamente riaperta... E questo è senz'altro un bene in vista dei prossimi difficili anni.

Nei grafici viene riportata l'importanza attribuita ai diversi aspetti della vita valutati singolarmente. È quindi comprensibile che quasi tutte le aree proposte abbiano ottenuto un voto medio piuttosto elevato. Per conoscere quali siano i valori irrinunciabili, quelli che nella vita di ciascuno occupano un posto di netta preminenza rispetto agli altri, abbiamo chiesto agli intervistati di scegliere, dall'elenco delle venti aree valoriali, le tre che giudica più importanti delle altre.

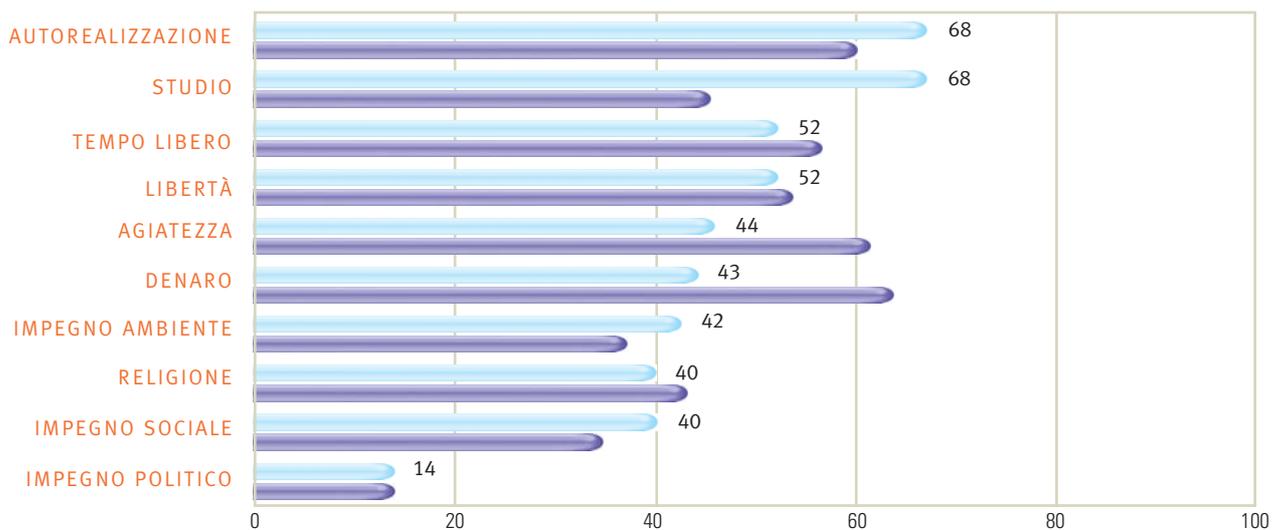
Tra gli otto aspetti più citati, ancora una volta è la famiglia ad occupare la posizione di rilievo: anche quest'anno, sebbene in leggero calo, più dell'80% del campione la giudica una componente essenziale della propria vita. Negli ultimi anni, viene a mancare anche l'unico elemento proiettato verso l'esterno, la solidarietà.

Anche se la struttura di fondo delle priorità non muta in maniera significativa tra i diversi segmenti della popolazione, vi sono differenze nel peso assegnato alle diverse aree valoriali. È principalmente tra le generazioni che tali differenze si manifestano in modo evidente. Gli aspetti relazionali (l'amore, gli affetti, l'amicizia) sono assai più importanti per i giovani che per le età più avanzate. I più giovani tornano ad essere preoccupati del problema del lavoro, ma sempre meno di quanto non lo siano i loro padri. Sono questi ultimi, invece, che manifestano il maggior investimento affettivo nella famiglia. La religione, infine, appare un elemento di scarsissimo riferimento per gli italiani adulti, tra i 18 e i 65 anni, mentre sembra maggiormente sentito tra gli anziani, che la collocano al quinto posto assoluto.

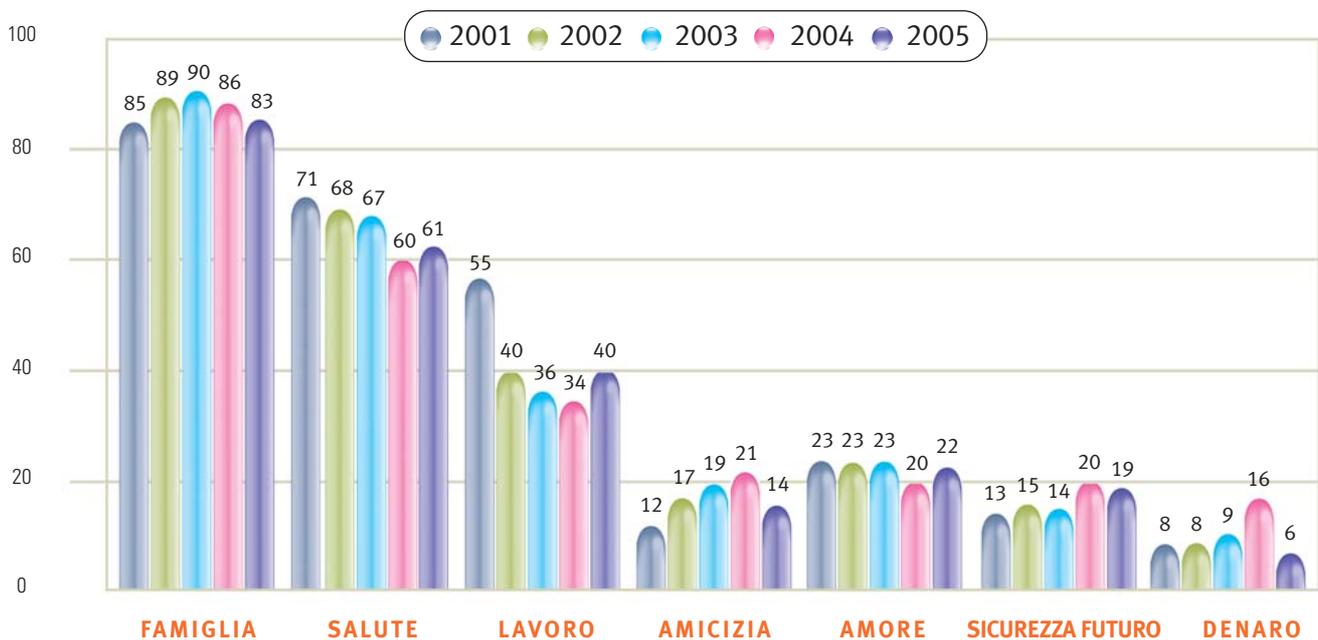
GLI ASPETTI PIÙ IMPORTANTI DELLA VITA



GLI ASPETTI MENO IMPORTANTI DELLA VITA



I TRE ASPETTI PIÙ IMPORTANTI DELLA VITA



1.2 GLI ITALIANI E LA FAMIGLIA

Abbiamo sottolineato l'estrema importanza che la famiglia riveste nel vissuto sociale e valoriale degli italiani. Le preferenze degli italiani per valori o aspetti della vita ritenuti importanti cadono all'unanimità e costantemente sulla famiglia.

Ma quale modello di famiglia è quello immaginato o idealizzato dagli italiani? La famiglia, così come emerge dai nostri risultati, sembra essere demarcata dalla percezione che il suo bene non possa giustificare azioni dannose verso la collettività, ma persiste (ed è in grande aumento rispetto al triennio precedente) l'idea che la principale responsabilità dell'individuo sia verso la famiglia e non verso la collettività: si passa dall'11% di accordo tra il 2001 e il 2003 al 20% di quest'anno, un italiano su cinque!.

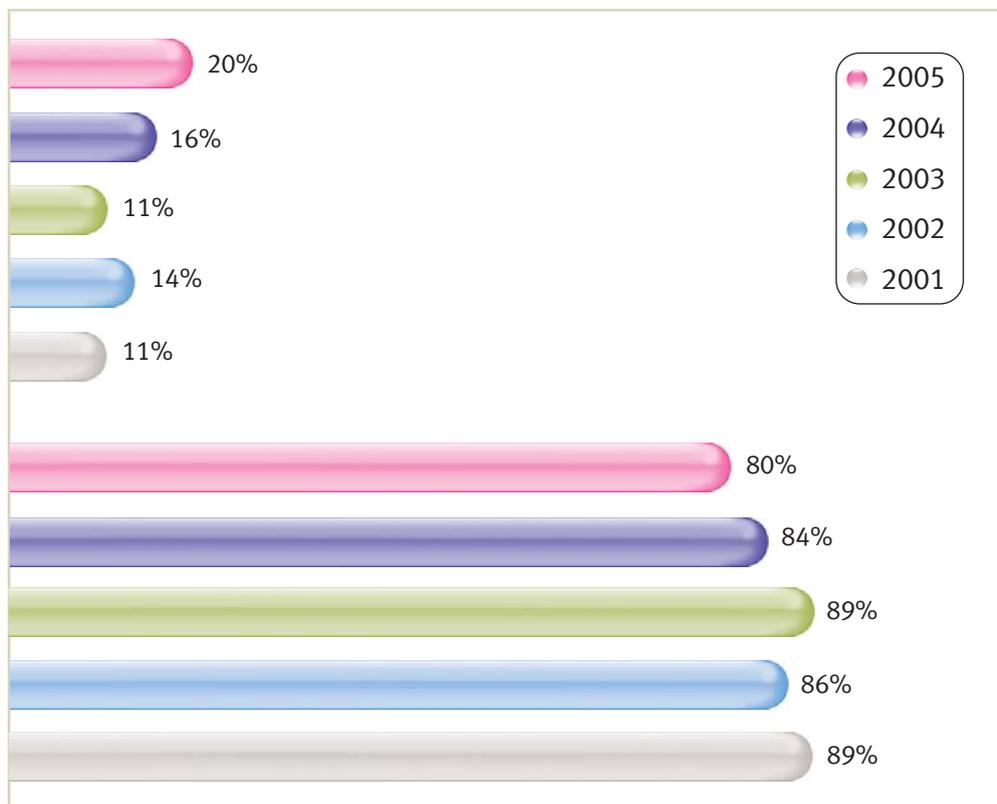
Da questa e da altre analisi svolte (si veda in particolare

quella di Giuseppe A. Micheli in "Effetto generazione", Carocci, 1999), emerge un dato particolarmente significativo, che per certi versi sembra andare in contro-tendenza con quanto l'opinione pubblica da una parte e alcune riforme istituzionali stanno veicolando negli anni più recenti. Mentre cioè appare ormai da più parti accettata l'idea di una "parcellizzazione" del paese, seguendo le tradizionali fratture territoriali, l'esame degli atteggiamenti degli intervistati, in particolare sui modelli familiari, mostra come queste valutazioni di fondo siano in parte fuorvianti.

Le differenziazioni più rilevanti riscontrabili nella popolazione italiana non appaiono infatti legate a variabili ambientali (o, almeno, non a quelle tra nord e sud) quanto ai caratteri personali degli intervistati, come l'istruzione o il ciclo di vita.

RESPONSABILITÀ VERSO LA FAMIGLIA E VERSO LA COLLETTIVITÀ

LA PRINCIPALE
RESPONSABILITÀ DI UNA
PERSONA È VERSO
LA PROPRIA FAMIGLIA
E I PROPRI FIGLI E NON
VERSO LA COLLETTIVITÀ



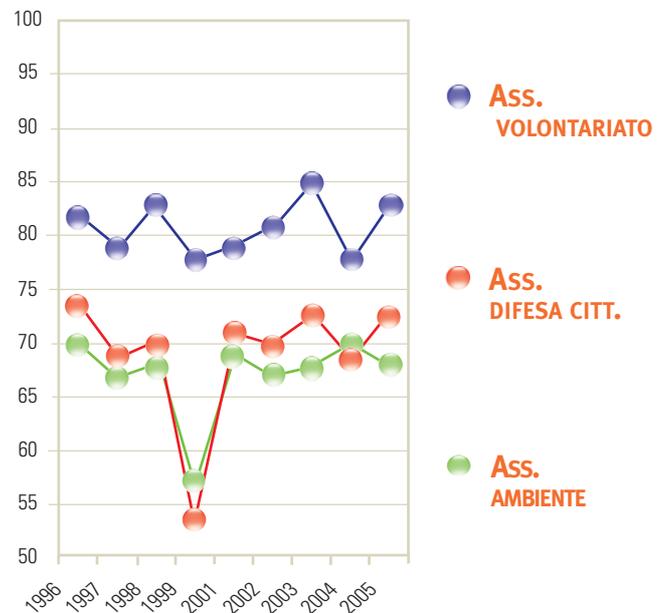
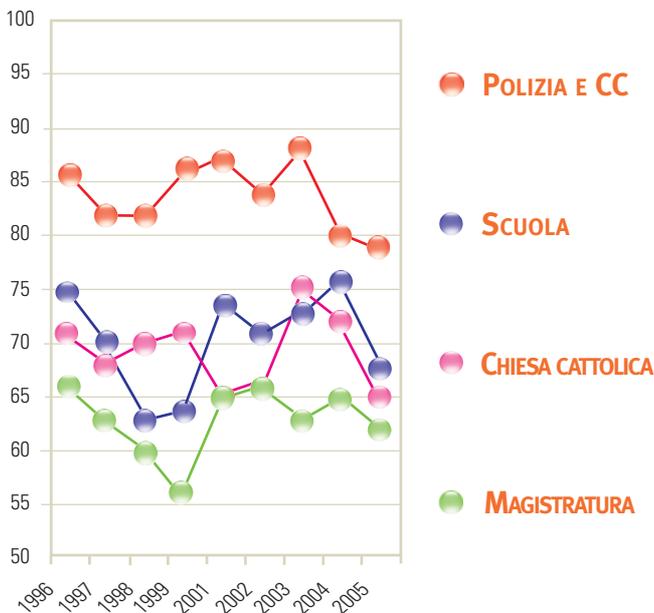
L'AMORE VERSO
LA FAMIGLIA E I FIGLI
NON GIUSTIFICA CHE
SI COMPIANO AZIONI
DANNOSE PER
LA COLLETTIVITÀ

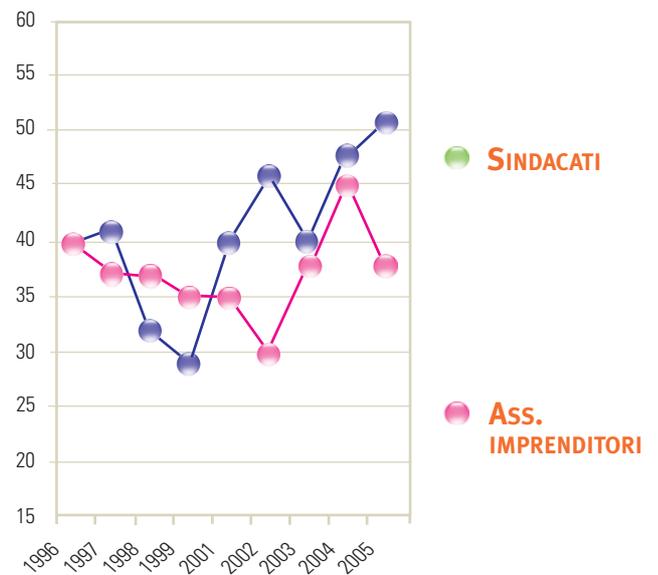
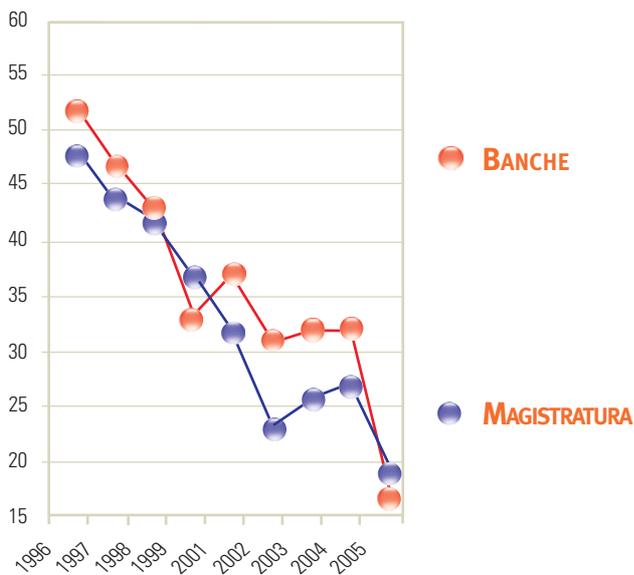
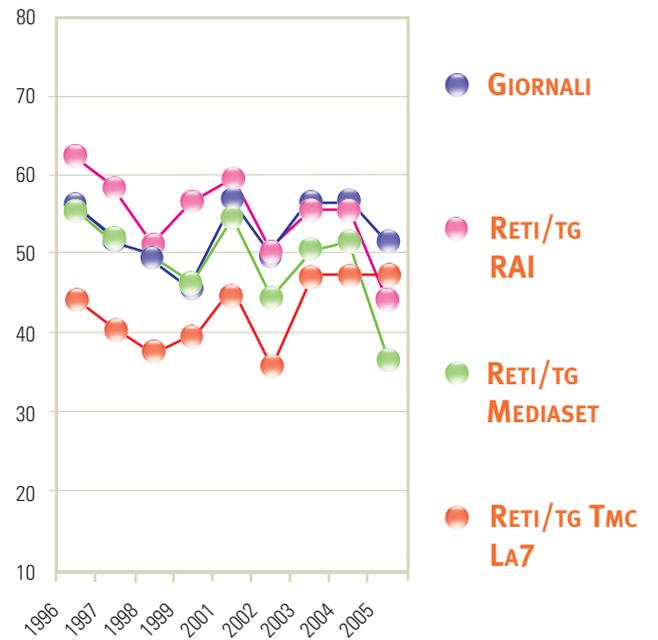
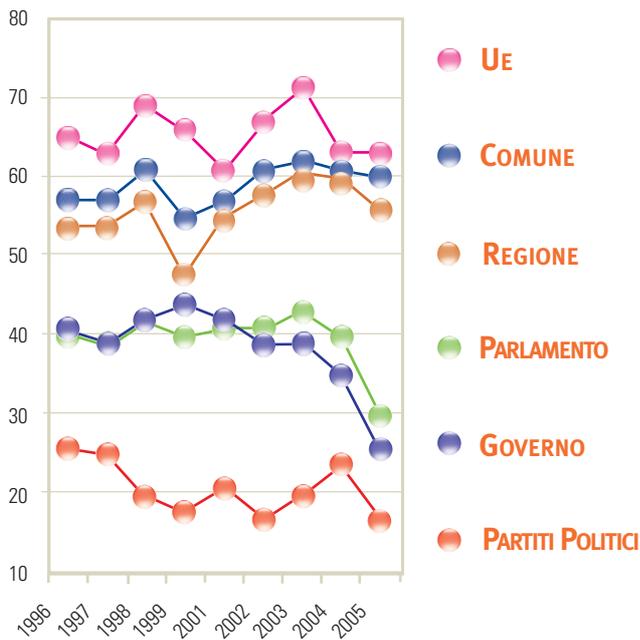
2. GLI ITALIANI E LE ISTITUZIONI

Un aspetto su cui la gerarchia dei giudizi degli intervistati appare stabile, nel corso del tempo, è il livello di fiducia nelle principali istituzioni sociali e politiche. E questo risultato viene confermato anche da queste rilevazioni. Massima fiducia è accordata alle organizzazioni del 'privato sociale' (da quelle di volontariato e di difesa dei cittadini all'ambientalismo e, benché in calo, alla Chiesa) e alle istituzioni statali non politiche e di garanzia (dalle forze dell'ordine alla scuola e, nonostante i ripetuti attacchi, alla magistratura): tali aree ottengono infatti valutazioni sufficienti da oltre il 65% della popolazione. Nell'area politica e della rappresentanza degli interessi, Unione europea, Comune e Regione sono gli unici ad

ottenere almeno la metà di giudizi positivi, mentre tutta l'area della rappresentanza politica subisce un netto tra collo e risulta tra la meno credibili, con valutazioni sufficienti espresse da meno del 30% della popolazione. In deciso regresso di fiducia (tra i 5 e i 10 punti percentuali) appaiono sia i media (Tv e giornali) che, quasi ovviamente dopo le recenti vicende, le istituzioni finanziarie (banche e borsa). In sensibile ascesa, viceversa, il giudizio sui sindacati confederali, che superano per la prima volta la maggioranza assoluta di giudizi positivi (una istituzione di decisa e certa salvaguardia per i cittadini, a fronte della difficile congiuntura economica).

TREND DI FIDUCIA NELLE ISTITUZIONI (% voti positivi su totale intervistati)





2.1 IL CONFRONTO TRA LE ISTITUZIONI POLITICHE NAZIONALI E QUELLE LOCALI

Uno dei temi certamente più rilevanti nel dibattito politico degli ultimi anni è stato quello relativo alla recente riforma in senso federalista. E anche nell'ambito della discussione sulla riforma dello stato sociale, molta importanza ha avuto la questione dei diversi livelli amministrativi cui delegare la gestione dei servizi. Il primo gruppo di istituzioni che quindi abbiamo scelto per la nostra analisi è costituito dagli ambiti legislativi e di governo, a livello locale e nazionale, cui abbiamo affiancato anche l'Unione europea.

Dall'analisi dei livelli di fiducia, emerge negli anni una distinzione abbastanza netta tra Unione europea (voti sufficienti compresi tra il 60 e il 70% degli intervistati), Comune e Regione (voti sufficienti intorno al 60% degli intervistati), Governo e Parlamento (voti sufficienti inferiori al 30-40% degli intervistati).

Come si è sottolineato, la fiducia nell'Unione europea, da una parte, e nelle amministrazioni comunali e regionali, dall'altra, restano nettamente distanziate dalle altre strutture di governo: questo dato costituisce una ulteriore conferma dell'importanza della dimensione sovra-nazionale e di quella locale ("glocal"?). La fiducia viceversa nel Governo e Parlamento mostrano una tendenza nettamente decrescente.

2.2 I PARTITI POLITICI, COME SEMPRE, FANALINO DI CODA NELLA FIDUCIA DEGLI ITALIANI

I partiti politici sono l'organizzazione che, insieme alla Borsa e alle Banche, ottiene i voti di fiducia più bassi da parte degli intervistati: la percentuale di voti sufficienti varia infatti negli ultimi anni tra il 15 e il 25%, mentre il voto medio si aggira attorno al 4 - 4,2.

La quota complessiva di chi manifesta fiducia nei partiti appare peraltro in netta decrescita in questa occasione, dopo la positiva dinamica che li aveva contrassegnati negli anni precedenti. Vedremo se tale decremento verrà confermato anche nei prossimi appuntamenti, ma già fin d'ora questo dato dovrebbe costituire un importante campanello d'allarme sulla effettiva capacità, da parte dei raggruppamenti politici, di risultare credibili all'interno dei relativi elettorati.

Anche in questo caso, abbiamo effettuato alcune analisi presso differenti sottogruppi di popolazione. Imprenditori, commercianti e artigiani esprimono livelli di fiducia nei partiti particolarmente bassi, e costantemente al di sotto della media generale della popolazione; sono invece casalinghe, pensionati e, forse sorprendentemente, gli studenti a nutrire un livello di fiducia nei partiti leggermente sopra la media, che rimane comunque, anche tra questi settori più "favorevoli", il più basso rispetto a tutte le altre istituzioni testate. Il centro-nord (Emilia Romagna, Marche, Toscana, Umbria) si conferma l'unica area del paese ove i partiti sembrano avere ancora qualche appeal, mentre in tutte le altre zone, ed in particolare al nord, i partiti non ottengono mai percentuali di voti sufficienti superiori ai 20 punti.

La suddivisione dei giudizi in base all'età mostra tre situazioni distinte: gli ultra 55enni esprimono livelli di fiducia più elevati rispetto alla media, al contrario delle fasce di età centrali (da 25 a 44 anni), mentre i giovanissimi e i 45-54enni non si esprimono in modo costante.

La fiducia nei confronti dei partiti politici varia notevolmente presso i diversi settori di elettorato: diessini ed elettori della Margherita mantengono un livello di fiducia nei partiti decisamente più alto rispetto a tutti gli altri (arrivando a toccare un +10% sulla media generale).

Al contrario, gli elettori di centro-destra nutrono scarsa fiducia nei partiti.

2.3 GLI ESEMPI DELLA CLASSE DIRIGENTE

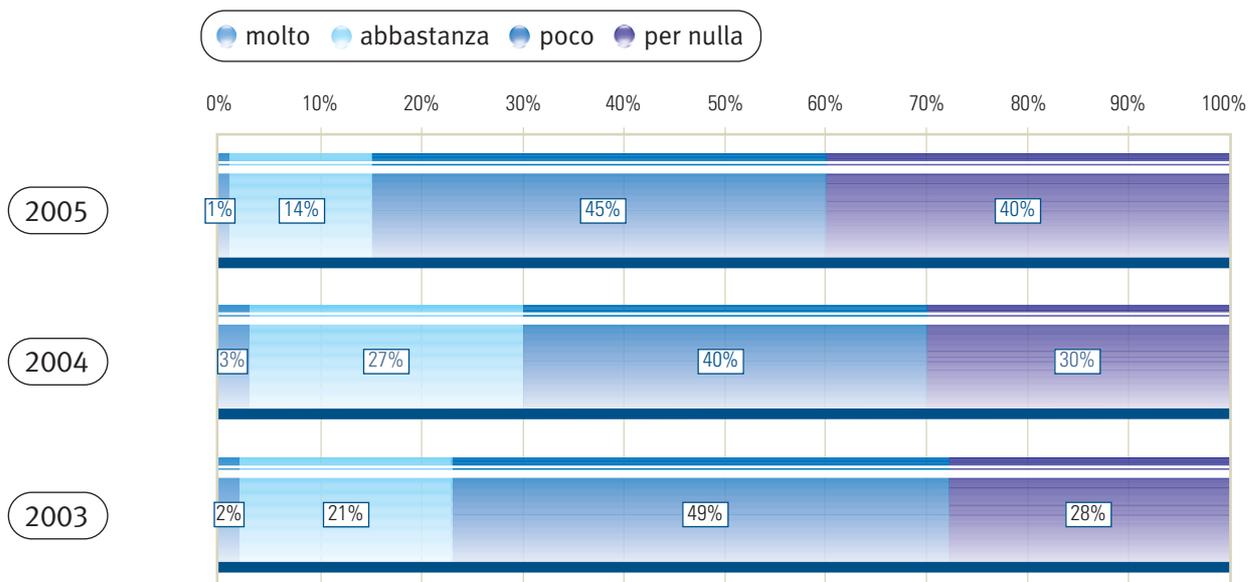
Un aspetto specifico che è stato affrontato nelle ultime edizioni del monitoraggio, accanto ad ulteriori approfondimenti sui temi della scuola e dell'educazione, riguarda il rapporto tra gli italiani e la classe dirigente. Le risultanze sono a dir poco negative: solamente una quota pari all'1% degli intervistati la ritiene "molto" di esempio per il senso civico degli italiani, il 14% la ritiene "abbastanza" di esempio (era del 28% soltanto lo scorso anno), mentre il restante 85% la ritiene "poco" o "per nulla" di esempio. Ed è inutile ricordare qui come la fiducia nei partiti e nella classe politica sia in Italia particolarmente poco elevata: mentre soltanto il 15% dei cittadini intervistati formula infatti nei loro confronti un giudizio positivo, poco più del 5% ritiene che i partiti politici siano di stimolo per la crescita del senso civico degli italiani.

Il percorso affrontato in queste prime cinque puntate del barometro ha lo scopo di tenere costantemente aggiornato lo stato della situazione nel nostro paese, con la speranza che mutino sostanzialmente i rapporti di forza esistenti.

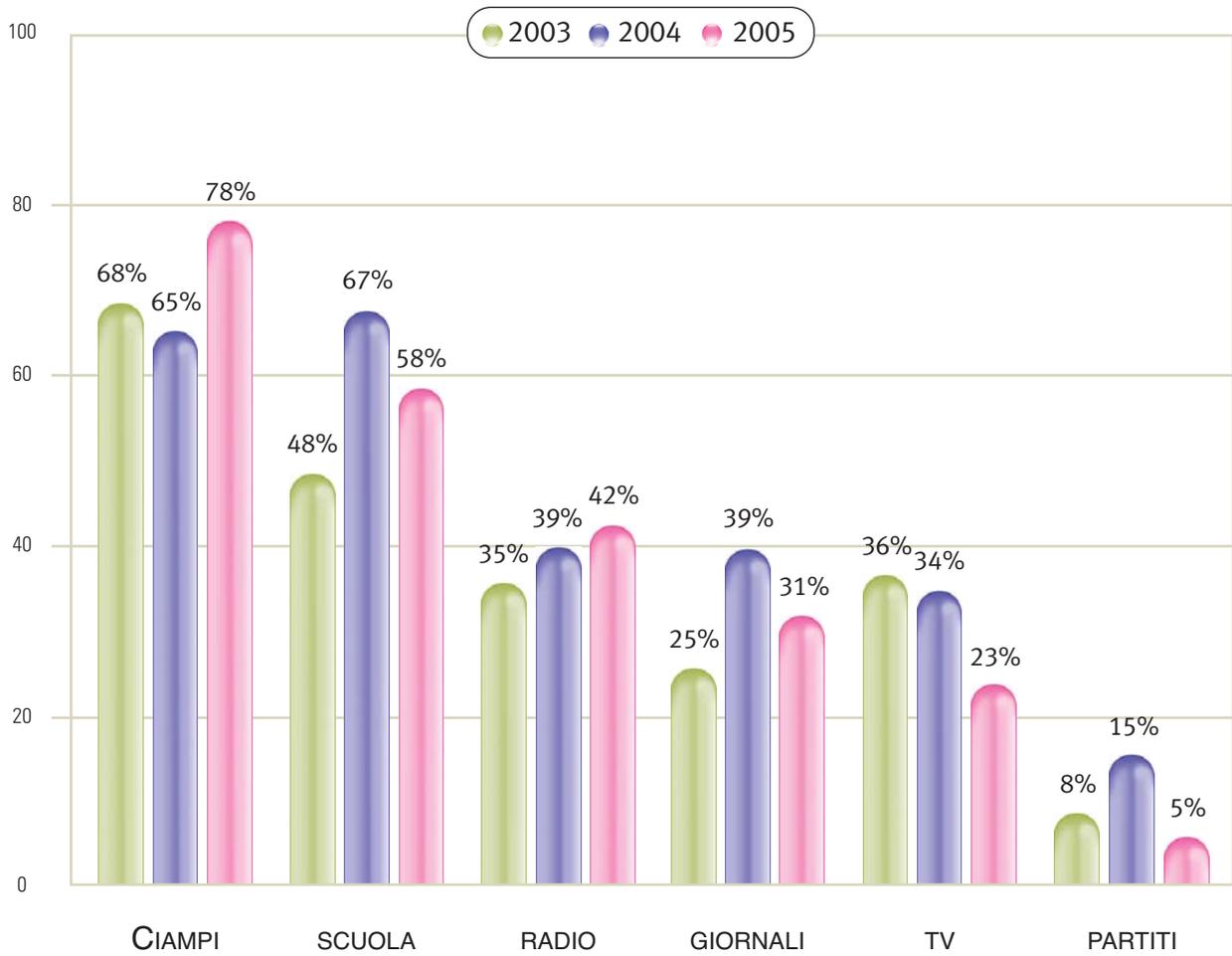
Si è visto come già nel passaggio 2001-2005 alcuni elementi si siano modificati: riappare significativa l'idea di una maggiore rilevanza della collettività (micro e macro) nella definizione del rapporto tra individuo e società. Manca ancora, quasi totalmente, la possibilità di regalare un po' di fiducia alle istituzioni che ci presidono (il cui indice di apprezzamento cala dallo scorso anno di 9 punti): ma è probabilmente molto difficile, da questo punto di vista, farne una colpa soltanto ai cittadini. Forse l'esempio dovrebbero loro venire anche dall'alto. Soltanto Ciampi e, in parte, la scuola, sembrano rappresentare per gli italiani esempi credibili da indicare per il loro impegno nella diffusione del senso civico.

Ma, come si è più volte detto, questi sono soltanto i primi passi per aiutarci a comprendere a fondo il cammino da percorrere, per cercare di fornire elementi utili a migliorare il rapporto tra i cittadini e la loro storia.

CLASSE DIRIGENTE ITALIANA: ESEMPIO PER IL SENSO CIVICO



IMPEGNO NELLA DIFFUSIONE DEL SENSO CIVICO (trend: molto + abbastanza)



3. INDIVIDUALISMO E COLLETTIVITÀ

Come si è precedentemente analizzato, gli italiani non sembrano avere molta fiducia nella collettività e nelle sue istituzioni, confermando una tradizionale "disaffezione" che ha fondamenti storici e sociali oltre che culturali, e che si è probabilmente rinvigorita a partire dagli anni novanta.

Va sottolineato come emergano tre tipi di orientamento molto chiari:

- gli italiani hanno una buona fiducia nelle istituzioni statali non politiche e di garanzia (Polizia e Carabinieri, Forze Armate, Scuola e Magistratura)
- nel contempo, confidano molto nelle associazioni autonome ed autogestite, tendenzialmente non profit e del privato sociale (volontariato, ambientalismo, autodifesa e Chiesa)
- hanno infine una scarsa fiducia nelle istituzioni politiche ed amministrative, che rappresentano i loro interessi e che governano il Paese (Partiti, associazioni di categoria, Governo e Parlamento).

Come dire: ci fidiamo solo degli apparati dello Stato superpartes, per il resto confidiamo di più nell'auto-organizzazione diretta della società civile. Ma anche quest'ultima è composta da "altri da sé": come vivono allora i nostri connazionali il rapporto con l'altro?

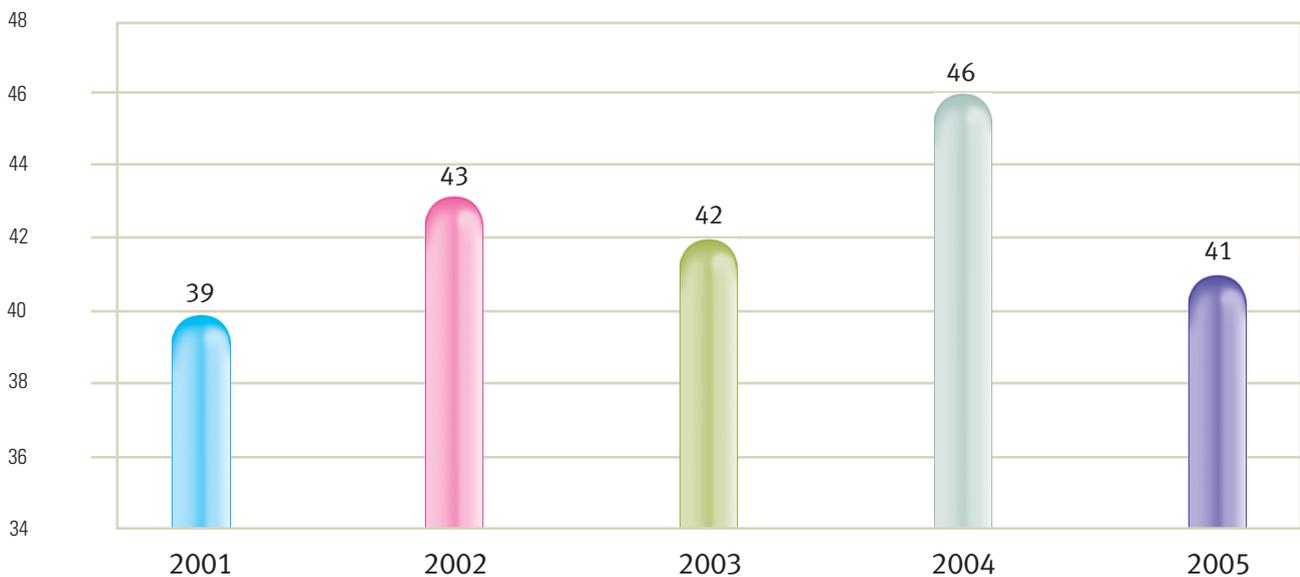
3.1 GLI ITALIANI E GLI ALTRI ITALIANI

Mentre da poco siamo entrati in contatto con gli altri cittadini europei, quali sono oggi i rapporti degli italiani con gli altri italiani? E qual è la fiducia che i nostri connazionali ripongono nelle Istituzioni che li rappresentano? Nella scorsa rilevazione si evidenziava un miglioramento nella diffidenza degli italiani nei confronti dei propri simili. Oggi, purtroppo, ci accorgiamo che quello era stato soltanto una sorta di "fuoco di paglia": le cose sono infatti significativamente peggiorate, riportando gli indici sui valori precedenti: complessivamente, non sembra infatti che i cittadini si fidino molto gli uni degli altri: oltre l'80% della popolazione intervistata pensa che non si sia mai troppo prudenti nel trattare con la gente; il 75% pensa che, se si presentasse l'occasione, gli altri approfitterebbero della loro buona fede.

Più della metà degli italiani ha dunque rapporti difficili con gli altri italiani. I legami di amicizia diventano spesso forme di isolamento e diffidenza verso chi non fa parte della propria ristretta cerchia di riferimento; molti individui non sono nemmeno interessati ad avere rapporti con il prossimo; altri ancora guardano gli estranei con sospetto. Un clima generale di sfiducia, quindi, che si riflette molto bene – come abbiamo visto - anche negli atteggiamenti nei confronti delle istituzioni di rappresentanza.

Abbiamo calcolato, sulla base di queste risposte, un "indice di fiducia" verso gli altri: lo scorso anno esso era giunto al valore record di 46 (su una scala da 0 a 100); quest'anno ci si attesta su un valore di 41, in netto regresso, che ci riporta alla situazione dell'inizio del secolo. Un solo dato, più confortante, appare ribadito e ci può far sperare per il prossimo futuro: il "tasso di fiducia" nel prossimo appare collegato da vicino con l'istruzione, cresce cioè al crescere del livello di scolarizzazione degli intervistati. Dal momento che la scolarità in Italia è in costante aumento, è possibile che negli anni a venire la fiducia negli altri possa tendenzialmente aumentare parallelamente.

INDICE DI FIDUCIA VERSO GLI ALTRI (scala 1-100)



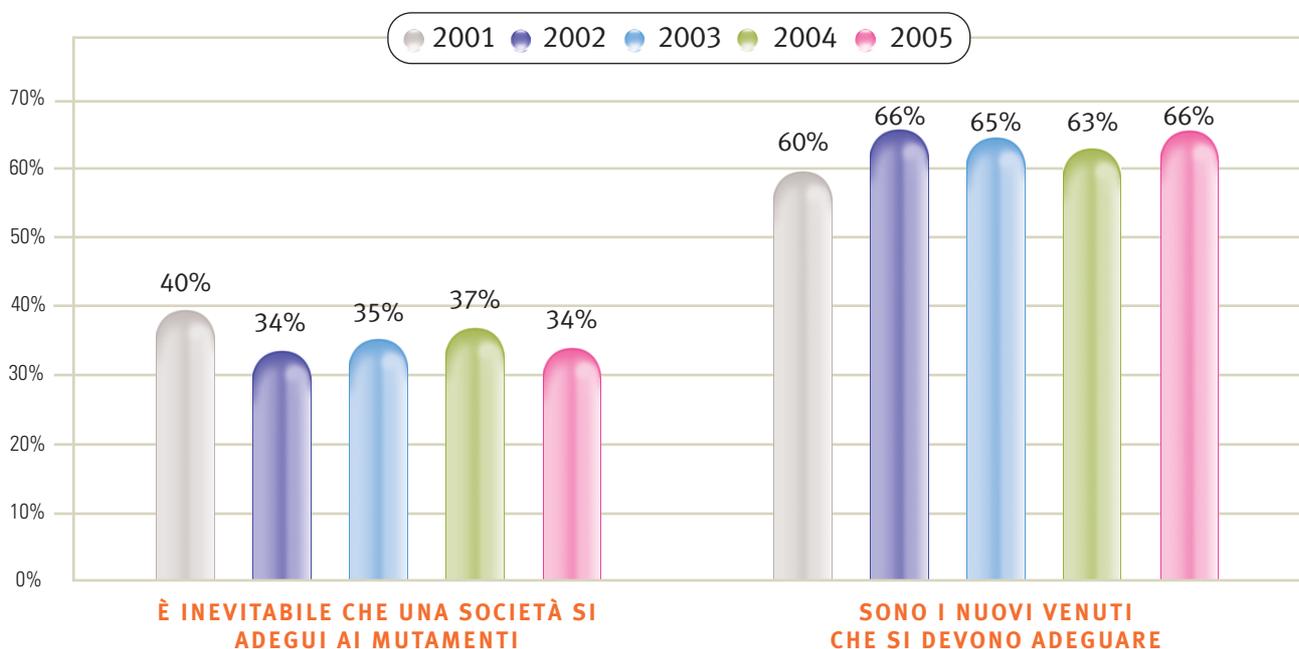
Ma questo dato, se confrontato con quello più sopra discusso, appare esso stesso il frutto di un'ambivalenza (o di una ambiguità) di fondo della popolazione italiana. Se le istituzioni di rappresentanza non sembrano funzionare, gli intervistati dichiarano semmai di volersi rivolgere a quelle "autogestite" dal basso, che sono peraltro composte da individui di cui - come abbiamo visto - essi stessi nutrono scarsa fiducia. A meno che non siano frequentate da cerchie di amici.

Ne risulta un quadro un po' sconcertante di un'Italia dove, al di là delle figure sociali preposte alla "repressione" o al mantenimento dell'ordine, si ripone fiducia - sia pure limitata - unicamente ai gruppi amicali e alla famiglia allargata. Non per nulla, come abbiamo visto, è la famiglia il valore nettamente preponderante per la quasi totalità degli italiani. La vita quotidiana dell'italiano medio scorre ben riparata entro le mura di casa, nella cerchia ristretta degli affetti considerati sicuri.

E gli altri, i "nuovi" soggetti che entrano nel nostro paese?

Vengono in generale vissuti, come è ormai noto, quali mine vaganti. In grado cioè di sconvolgere un equilibrio che si sta(va) lentamente assestando, negli ultimi decenni. L'opinione più condivisa, all'interno di un trend decrescente dal 2002 che oggi riprende a risalire in maniera preoccupante, appare andare in direzione della loro capacità di adeguarsi ad un nuovo stile di vita, quello della società che li ospita: è di questo parere il 66% degli intervistati (era il 63% lo scorso anno); è viceversa la nostra società che deve adeguarsi alle nuove culture soltanto per il 34% (contro il 37% della precedente rilevazione). Il modello che si profila coinciderebbe quindi con la visione di una società dove le culture coesistono ma non si integrano: gli immigrati devono da una parte accettare le nuove regole sociali, dall'altra dimenticare da subito l'idea di una possibile società multi-etnica.

ATTEGGIAMENTO VERSO DIFFERENZE



3.2 GLI ITALIANI E LA QUALITÀ DELLA VITA

Uno dei temi certamente ricorrenti sia nell'analisi economica e sociale sia nel linguaggio comune è quello che riguarda la qualità della vita. Da cosa dipende? Quali sono gli aspetti che gli italiani tengono in considerazione per valutare se la propria vita è soddisfacente o meno? Se chiediamo agli italiani da che cosa dipende la qualità della vita di una persona, scopriamo che nelle risposte la componente relazionale e affettiva prevale rispetto alle dimensioni socio-ambientali ed economiche, sebbene queste non risultino certo sottovalutate.

Anche riflettendo sulla qualità della vita personale, gli italiani si dichiarano più soddisfatti degli aspetti familiari e privati che non di quelli di carattere pubblico o di organizzazione della vita collettiva (dalla predisposizione dei parcheggi alla lotta contro la criminalità, dal costo della vita all'inquinamento, etc.). Insomma, le persone tendono a giudicare piuttosto benevolmente tutto quanto afferisce all'ambito personale mentre si dimostrano più critici nei confronti del sistema. Come si spiega questo risultato?

3.3 GLI ITALIANI E LA COLLETTIVITÀ

Due sono le principali motivazioni: da un lato è possibile che la sfera familiare sia quella effettivamente in grado di garantire maggiore soddisfazione e sicurezza al singolo, ma, dall'altro, va anche riconosciuto che gli individui, semplicemente per una questione psicologica, di autostima, tendono spesso ad essere molto meno critici nei confronti della propria condotta di vita e dei risultati conseguiti che non nei riguardi degli aspetti per i quali è riscontrabile una responsabilità pubblica o collettiva.

E' comunque proprio una valutazione positiva per le componenti private del benessere che consente ai soggetti di dichiararsi nel complesso soddisfatti della qualità della loro vita.

Il livello generale di soddisfazione soggettiva riscontrato in questi e altri Barometri Sociali è infatti molto o abbastanza buono in oltre l'80% degli intervistati. Questa sostanziale uniformità nel livello di soddisfazione induce a pensare, in definitiva, che la concezione prevalente del benessere venga individuata dagli italiani soprattutto nella realizzazione affettiva e relazionale dell'individuo, piuttosto che da quella economica.

Vediamo quale sia il rapporto dei cittadini con la sfera pubblica e la collettività. L'attenzione prevalente rivolta agli aspetti personali, affettivi od economici, non comporta infatti necessariamente la limitazione del senso di responsabilità da parte dei cittadini nei confronti della comunità di appartenenza. Ne è testimonianza, ad esempio, l'auspicio da parte degli intervistati di vedere migliorata la qualità del trasporto pubblico, piuttosto che desiderare nuove possibilità di posteggio dell'automobile.

Se è dunque vero che i cittadini tendono a privilegiare e a salvaguardare le condizioni private di vita, è altrettanto evidente che si è andata nel tempo diffondendo una specifica cultura della qualità della vita che vede i soggetti disposti a sacrifici finalizzati al bene pubblico e, solo indirettamente, a quello personale. Tale opzione deriva dalla constatazione che molti aspetti negativi che caratterizzano le società urbane contemporanee stiano già profondamente condizionando i livelli di salute e vivibilità dei singoli individui.

I cosiddetti limiti sociali dello sviluppo e i rischi ad esso connessi sono ormai sotto gli occhi di tutti e i cambiamenti di alcune abitudini risultano pertanto improrogabili. Non a caso gli individui interpellati si dichiarano particolarmente insoddisfatti degli aspetti ambientali della loro città.

Se proviamo a valutare nel complesso i risultati emersi, sembra possibile identificare un profilo di base degli italiani in tema di qualità della vita. Tale profilo vede fondersi alcuni valori tradizionali della nostra cultura con altri orientamenti di carattere più inedito. Da un lato viene infatti ribadita la centralità della famiglia e delle relazioni nel garantire un sistema di identità, solidarietà, sicurezza che indubitabilmente incide sul benessere degli individui; dall'altro si vanno però sempre più prospettando necessità e soluzioni di vita che comportano tanto una maggiore propensione alla mobilità territoriale, dunque la possibile messa in crisi dei modelli familistico-stanziali, quanto una partecipazione civica dei soggetti che comporta una ridimensionamento delle libertà individuali.

La qualità della vita significa allora trovare all'interno della rete familiare e amicale le risorse necessarie per aprirsi all'esterno. La famiglia rimane il luogo privilegiato dove si impongono le strategie di interazione e negoziazione che vanno necessariamente adottate nei confronti del mondo. Questo accade nella consapevolezza che, se pur risulta difficile confidare nelle politiche pubbliche come possibile strada per la soluzione ai problemi, anche un completo rifugio nel privato diventa a lungo termine fonte di disagio ed esclusione.

3.4 GLI ITALIANI E LA RACCOLTA DIFFERENZIATA

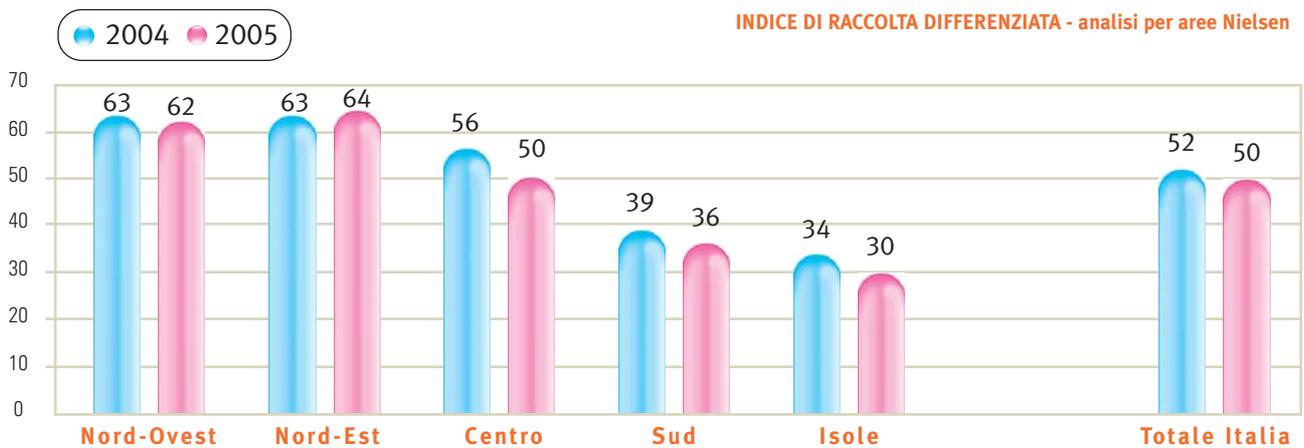
Uno degli aspetti che sono stati affrontati in tutte le edizioni del monitoraggio è stato quello relativo al rapporto tra gli italiani e la raccolta differenziata, utilizzato come “indicatore” specifico della pratica della virtù civica. Come si può facilmente comprendere, è questa una tematica particolarmente rilevante all’interno dell’osservatorio, proprio perché il comportamento relativo alla raccolta differenziata può essere assunto come un deciso indicatore di civiness, essendo condizionato unicamente dalla volontà dei cittadini di migliorare le condizioni della collettività senza avere (apparentemente) nulla in cambio dal punto di vista individuale.

I dati relativi a questo aspetto indicano di un trend generalmente positivo, sebbene in lieve regresso in quest’ultima edizione. In particolare nei 4 anni di rilevazione l’indice di raccolta differenziata (su una scala da 0 a 100) cresce di 4 punti (da 46 a 50), il che significa che gli italiani praticano in media la raccolta di circa il 50% dei possibili prodotti “differenziati”. Nello specifico, appaiono in deciso progresso le raccolte di carta, vetro e plastica, ma anche dei cosiddetti “rifiuti umidi”, che scontano peraltro una bassa diffusione sul territorio nazionale. Un leggero regresso nella tendenza positiva concernono invece pile e farmaci.

Di particolare rilievo il deciso scollamento in questa pratica tra le diverse zone del nostro paese: come si nota nel centro sud e nelle isole l’indice generale di raccolta differenziata registra i suoi valori più bassi. Vuoi per la mancanza del servizio, vuoi per l’incuria dei cittadini, è questo un dato su cui riflettere e da migliorare decisamente nel futuro immediato.

FA LA RACCOLTA DIFFERENZIATA DI...

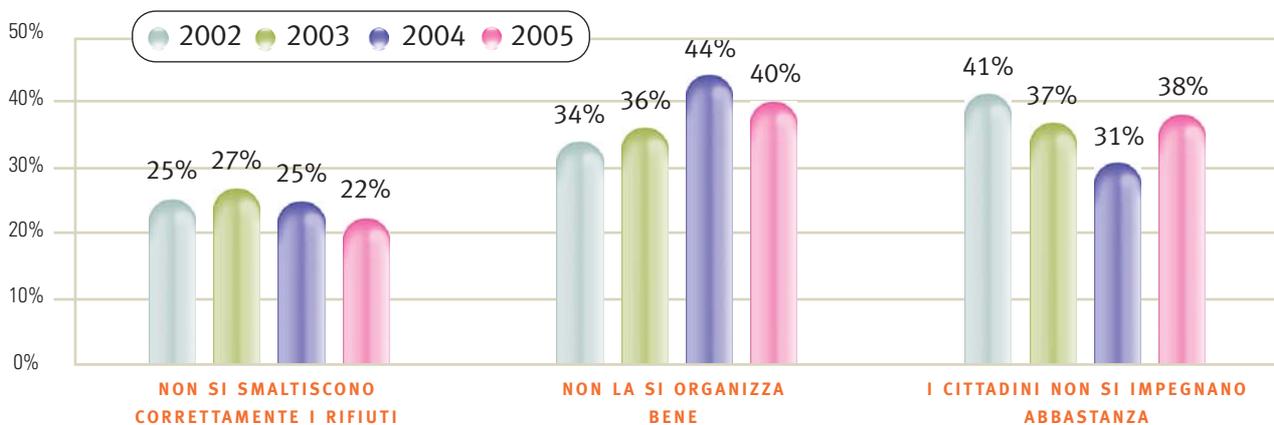
	2002	2003	2004	2005	Differenza 2005-2002
Vetro	65%	68%	72%	71%	+ 6
Carta	56%	62%	62%	65%	+ 9
Plastica	56%	61%	64%	63%	+ 7
Lattine	40%	42%	44%	42%	+ 2
Farmaci	39%	41%	42%	37%	- 2
Pile	38%	39%	41%	37%	- 1
Rifiuti umidi	27%	33%	34%	36%	+ 9
Nessuna	16%	14%	13%	12%	- 4
INDICE DI RACCOLTA DIFFERENZIATA	46/100	49/100	51/100	50/100	+ 4



Un ultimo dato peculiare è la coscienza da parte degli intervistati che la limitazione della raccolta differenziata in Italia sia da addebitare, accanto alla cosciente autocritica della mancanza di impegno da parte dei cittadini, alla mancata organizzazione: un segnale quest'ultimo che indica come la presenza di un sentimento ormai generalizzato di riguar-

do verso questa forma di civismo sia ormai ben radicato nella società. Sono dunque i cittadini stessi che chiedono una più costante presenza delle istituzioni locali preposte alla sua organizzazione, in particolare nelle aree meridionali del paese.

PERCHE' LA RACCOLTA DIFFERENZIATA E' ANCORA POCO DIFFUSA ?



4. LE COMPONENTI DELLA CIVICNESS: UNA TIPOLOGIA DEGLI ITALIANI

La civicness è un concetto che si struttura lungo dimensioni diverse, che rispondono a differenti ambiti problematici. Tre di questi attongono di fatto a livelli attitudinali, l'ultimo al livello comportamentale:

- ambito valoriale (quali sono i valori che connotano un atteggiamento di civicness?);
- ambito fiduciario (che rapporto esiste tra i valori tipici del civismo e il grado di fiducia nelle istituzioni, nella chiesa, negli altri, nella famiglia, ecc.);
- ambito identitario (quali sono i sentimenti di appartenenza che caratterizzano e/o che prevalgono in una "cultura civica");
- ambito comportamentale (quali sono i comportamenti individuali e collettivi che denotano la civicness rispetto ad altri modelli valoriali, sociali, culturali?).

Sul piano degli atteggiamenti morali, l'impostazione di alcuni autori individua tre tipologie in base alla rilevanza attribuita a diversi gruppi di valori: civicness (importanza di valori legati al pagamento delle tasse, alla pulizia delle strade, al non mentire nel proprio interesse), relativismo morale (atteggiamenti nei confronti del divorzio, aborto, suicidio) e anticonformismo (atteggiamenti nei confronti dell'utilizzo di droghe, del rispetto delle autorità).

STIMOLI MAGGIORI AL SENSO CIVICO



4.1 TRE MODALITÀ INTERPRETATIVE DELLA "CIVICNESS"

Sul piano dei comportamenti, si individuano in prima battuta tre grandi gruppi connotati da differenti motivazioni e modalità di attuazione:

- comportamenti prettamente "civic", con modalità non associative o comunque non formalizzate, finalizzati alla "protezione" della collettività, senza immediati vantaggi individuali, né sul piano pratico né su quello identitario;
- comportamenti motivati da esigenze di tipo identitario, che, al di là del "bene" che possono procurare a terzi, sono fondamentalmente legati ad un bisogno di autolegitimazione, auto-justificazione, auto-stima (volontariato, versamento di fondi per scopi umanitari e scientifici, ecc.);
- comportamenti di autodifesa, finalizzati all'ottenimento di specifici vantaggi individuali ben identificati, anche di tipo materiale (partecipazione ai comitati di quartiere, movimenti dei consumatori, ecc.; i "classici" movimenti egoistici).

Le analisi "tradizionali" che adottano il modello esplicativo della "cultura civica" hanno stabilito alcuni nessi che sono divenuti parte dello stesso "senso comune": ai valori tipici della civicness sarebbe associata una minore fiducia nella famiglia e una maggiore fiducia nelle istituzioni, una più elevata identificazione nazionale a scapito di una localistica, ecc.

Lavori quali quelli già citati di Sciolla e Negri suggeriscono che, soprattutto se ci riferiamo all'Italia, tali modelli esplicativi rischiano di essere limitati se non fuorvianti e sottolineano invece la necessità di una approfondita verifica di queste ipotesi.

Ciò risulta particolarmente rilevante quando allo scopo prettamente scientifico-conoscitivo dell'indagine si affianchi l'intento di intervenire attivamente su questi temi, agendo sullo spirito civico della popolazione come fattore di partecipazione e responsabilizzazione nella vita collettiva.

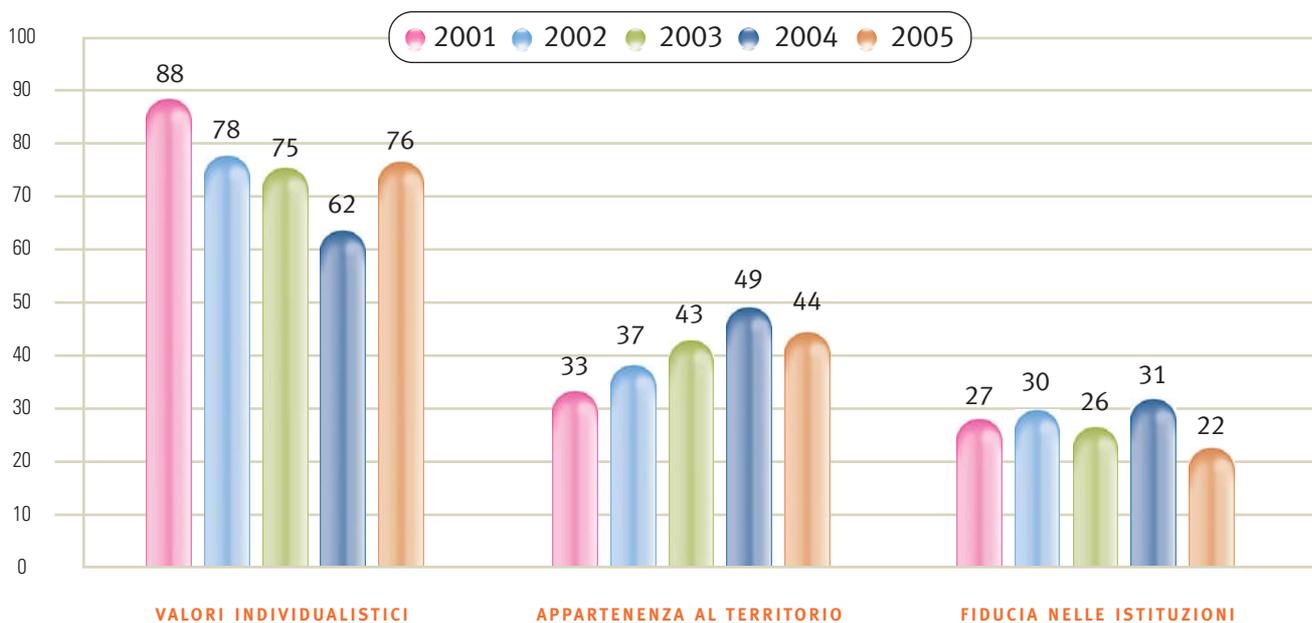
In seguito all'individuazione delle diverse componenti sui due piani comportamentale e di atteggiamento, è stata qui effettuata un'analisi per delinearne i rapporti reciproci, al fine di verificare o al contrario smentire le conoscenze sinora acquisite ed evidenziare quali siano le caratteristiche peculiari della cultura e del comportamento civico.

Un ulteriore passaggio dell'analisi è consistita nel verificare il grado di omogeneità dei risultati in base alle principali variabili socio-economiche e geografiche, per evidenziare eventuali differenze nei modelli valoriali e comportamentali presso differenti sotto gruppi della popolazione.

L'indagine (sia nella fase esplorativa effettuata il primo anno che in quelle più approfondite) aveva come scopo anche quello di individuare alcuni items rilevanti per analizzare le componenti del senso civico o civicness. A questo fine sono state poste tre batterie di domande, i cui risultati sono qui di seguito esposti

La prima batteria, di carattere molto generale, era finalizzata ad individuare le principali matrici o ambiti "motivazionali" da cui nasce il senso civico di una persona; le componenti analizzate sono state quelle dei valori, della fiducia, dell'appartenenza territoriale, seguendo l'impostazione dianzi illustrata.

PESO DELLE DIMENSIONI DEL SENSO CIVICO



Come è facilmente osservabile, l'interpretazione e l'accezione grandemente prevalente della "civiness", in tutte le rilevazioni, risulta quella legata alle componenti valoriali di tipo individuale, che attengono alla sfera del privato e non a quello della collettività. Viceversa, le due componenti maggiormente legate all'appartenenza territoriale e alla collettività risultano nettamente minoritarie.

Ma è nel confronto tra le diverse indagini (dal 2001 al 2004, indi il 2005) che appare chiaro un significativo trend, mestamente chiuso nel corso dell'ultima rilevazione. L'ambito fiduciario, si pur altalenante negli ultimi anni, appare perdere decisamente punti nel 2005 (quasi 20) nelle risposte degli italiani: un ulteriore segnale della profonda crisi delle istituzioni da parte dei cittadini.

Ciò che preoccupa maggiormente è però l'inversione del trend del rapporto nelle scelte tra ambito valoriale e identitario, che avevano subito negli anni precedenti profonde modifiche: fino al 2004, l'idea che il senso civico avesse maggiormente a che fare con il sentimento di appartenenza ne risultava nettamente rinforzata (+16%), mentre diminuiva altrettanto nettamente (-26%) l'area di valori "individuali" e privati. Emergeva allora un primo vagito di consapevolezza, da parte degli italiani, che fosse la collettività (il pubblico) ciò che maggiormente conta nel delineare la civiness di un popolo, non (solo) l'individualità (il privato).

In questa rilevazione sembra di essere di nuovo tornati all'inizio del decennio, con un nuovo incremento dei valori individualistici ed un relativo decremento di quelli collettivi, prima di tutto quelli fiduciari ma anche quelli legati all'appartenenza territoriale.

Nuovi sconcertanti segnali, dunque.

4.2 I TIPI ITALIANI: UNA CLUSTER SULLE MODALITÀ DELLA CIVICNESS

A conclusione della lunga analisi che qui è stata esposta, si è tentato di formulare una tipologia che cerca di sintetizzare quanto siano diffusi nella globalità della popolazione italiana i modelli interpretativi della civicness.

L'idea guida da cui eravamo partiti evidenziava come non fosse sufficiente la presenza di un forte spirito civico individualista per garantire un rapporto maturo tra cittadini e sistema sociale: la civicness, da virtù privata, dovrebbe per questo poter essere interpretata come il prodotto più alto del senso di appartenenza nazionale e, ancor più, come identificazione nelle istituzioni collettive di riferimento.

Già negli scorsi anni era stata creata una tipologia degli italiani sulla base delle risposte fornite alla domanda più sopra riportata. La tipologia è composta dai seguenti 5 tipi:

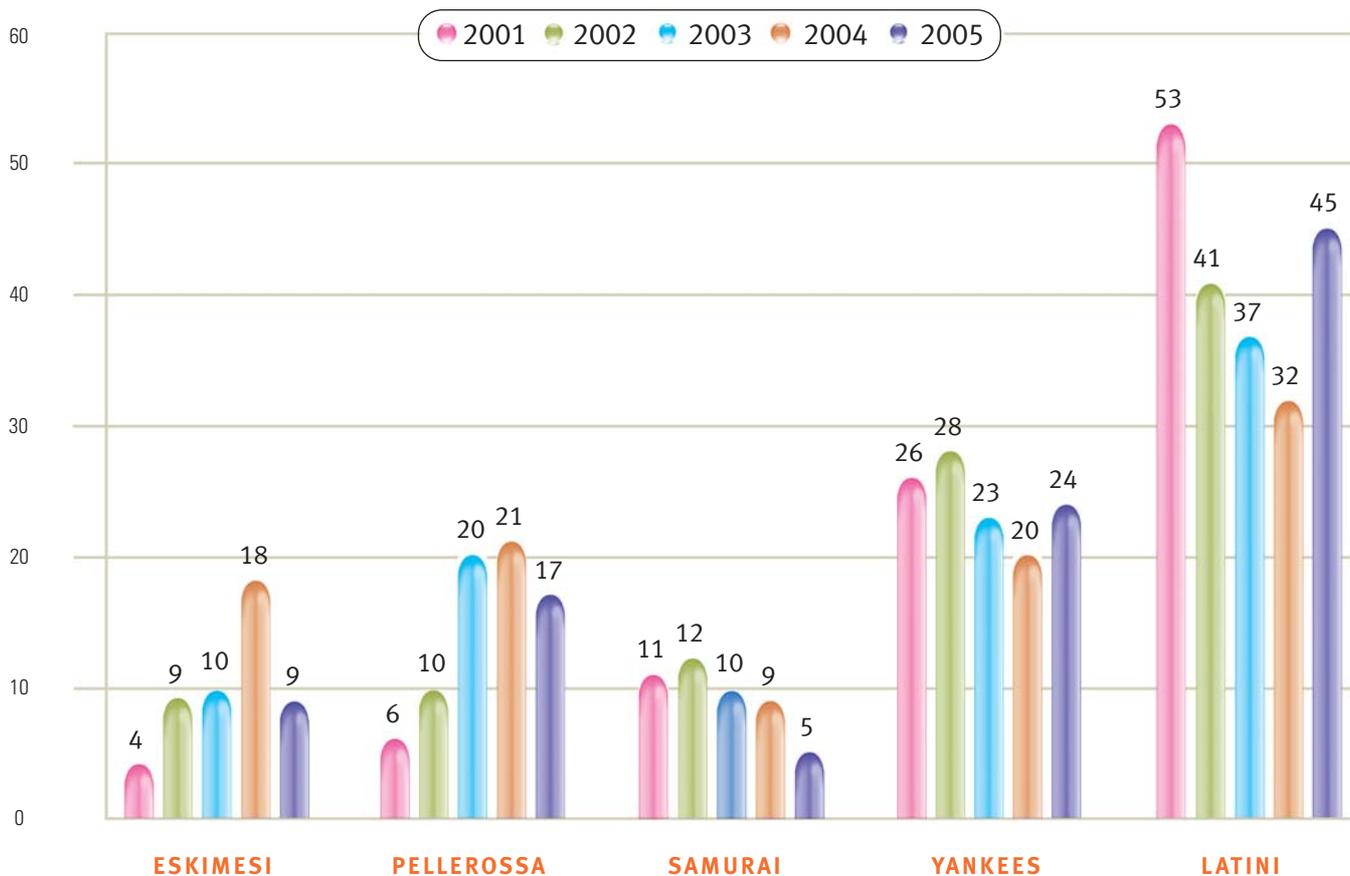
- **i Latini:** sono coloro che pensano al civismo con afflato soprattutto individualista, e in sottordine in termini di appartenenza territoriale;
- **gli Yankees:** sono coloro che pensano al civismo con afflato soprattutto individualista, e in sottordine in termini di fiducia nelle istituzioni;
- **i Samurai:** sono coloro che privilegiano le istituzioni, e in sottordine i valori individuali;
- **i Pellerossa:** sono coloro che privilegiano l'appartenenza territoriale, e in sottordine i valori individuali;
- **gli Eskimesi:** sono coloro che NON includono nel senso civico i valori individuali, ma soltanto quelli collettivi.

Questa è infine la tipologia degli italiani, confrontata con le precedenti rilevazioni del 2001, 2002, 2003 e 2004.

Come si nota, la scarsa fiducia degli italiani (oggi come spesso nella nostra storia) nel Paese e nelle sue principali istituzioni nazionali "obbliga" la maggior parte dei cittadini a pensare alla cultura civica come ad un "dover essere" di tipo morale, quando non moralistico.

Questa coscienza diffusa viene sorretta da afflato individualistico-familista, i quali cessano di venir richiamati nel momento in cui la contrapposizione tra reti parentali e reti collettive obbliga ad una scelta "economica" di tipo privato anziché pubblico.

TREND TIPOLOGIA "CIVICNESS"



Ma il confronto fra le quattro rilevazioni, che ci induceva lo scorso anno a credere che qualcosa si stesse muovendo, ci rileva una contro-tendenza evidente nel 2005. I risultati del primo monitoraggio sulla civicsness in Italia ci parlavano di un'accezione della cultura civica come derivato quasi esclusivo dell'individualismo (quasi l'80% metteva infatti al primo posto i valori morali individuali: "latini"+"yankees"); nella seconda rilevazione i 2 gruppi diminuiscono la loro presenza di 10 punti (69%); nella terza la riduzione è di ulteriori 9 punti (60%).

In quella del 2004 decrescevano di altri 8 punti (53%). Nel 2005, si ritorna come detto al livello del 2002 (69%). Come si vede nella tipologia conclusiva, nel 2001 soltanto poco più del 3% della popolazione indicava l'aspetto individualistico della civicsness come il meno importante; tra il 2002 e il 2003 questa percentuale è cresciuta di ben 7 punti (fino al 10%); nel 2004 di altri 8 punti (18% per gli "eskimesi"). Oggi, il sensibile caso di questa modalità di scelta appare di nuovo simile al 2002.

L'unico aspetto per certi versi "tranquillizzante" dell'indagine del 2005 è il mantenimento della componente legata al senso di appartenenza territoriale (i "pellerossa" avevano triplicato la loro presenza dal 2001 al 2004 ed il dato appare confermato anche in questa occasione), testimoniata

anche da altri indicatori presenti nel questionario. Come si è visto precedentemente, il senso di sfiducia nella nostra classe dirigente e nel loro senso civico porta elementi a favore della interazione orizzontale e dell'attaccamento territoriale.

		2001	2002	2003	2004	2005
1	LATINI individualisti (+ appart.territoriale)	53	41	37	32	45
2	YANKEES individualisti (+ fiducia istituzioni)	26	28	23	20	24
3	SAMURAI fiducia istituzioni (+ individualismo)	11	12	10	9	5
4	PELLEROSSA appart. territoriale(+ individualismo)	6	10	20	21	17
5	ESKIMESI non individualisti	4	9	10	18	9
TOTALE		100	100	100	100	100
		2001	2002	2003	2004	2005
BAROMETRO DEL SENSO CIVICO		21	31	40	48	31

Il “barometro” del senso civico, costruito proprio sulla base dei legami “non individualisti”, ci conferma in definitiva l’arretramento dell’orologio della civiness al 2002. L’accezione degli italiani era decisamente mutata in direzione della prevalenza di temi collettivi fino allo scorso anno, con un incremento significativo di ben 27 punti (passando dal valore dell’indice pari a 21, nel 2001, a quello di 48, nel 2004). Oggi, ripiombiamo anche in questo caso al livello identico al 2002, con un indice pari a 31.

Il percorso che abbiamo affrontato in queste prime cinque puntate del barometro ha lo scopo di tenere costantemente aggiornato lo stato della situazione nel nostro paese, con la speranza che mutino sostanzialmente i rapporti di forza oggi esistenti. Si è visto come già nel passaggio 2001-2004 alcuni importanti elementi si erano modificati: riappariva significativa l’idea di una maggiore rilevanza della collettività (micro e macro, come si è argomentato) nella definizione del rapporto tra individuo e società.

Il brusco ritorno al passato non è certo un segnale positivo per il nostro paese. Se il sentimento di appartenenza territoriale non ha subito un arretramento realmente significativo, ciò che manca ancora, e quasi totalmente, è la possibilità di regalare un po’ di fiducia alle istituzioni che ci presiedono: ma è probabilmente molto difficile, da questo punto di vista, farne una colpa soltanto agli italiani. Forse dovrebbero essere altri a dare loro il buon esempio, oltre all’ ex Presidente Ciampi.

Ma, come si è più volte detto, questi sono soltanto i primi passi per aiutarci a comprendere a fondo il cammino da percorrere, per cercare di fornire elementi utili a migliorare il rapporto tra i cittadini e la loro storia.

ANNOTAZIONI