

LUISS 

Corso di laurea in  
**Governo, Amministrazione e Politica**

Cattedra di  
**Opinione Pubblica ed Elezioni**

# Strategie partitiche e rimobilitazione elettorale

Prof. Davide Angelucci

---

**RELATORE**

Prof. Davide Vittori

---

**CORRELATORE**

Tommaso Palmieri

---

**CANDIDATO**

Anno Accademico 2024/2025

Matricola n. 655132

# Indice

<b>Capitolo I</b> .....	<b>8</b>
<b>Astensionismo: evoluzione, cause e conseguenze</b> .....	<b>8</b>
1.1 <i>L'evoluzione dell'astensionismo dal secondo dopoguerra ad oggi</i> .....	8
1.2 <i>Le conseguenze dell'astensionismo sui regimi democratici</i> .....	11
1.3 <i>Come si spiega l'astensionismo?</i> .....	14
<b>Capitolo II</b> .....	<b>22</b>
<b>La competizione partitica dalle identità alla <i>Issue politics</i></b> .....	<b>22</b>
2.1 <i>L'età dell'oro delle identità politiche</i> .....	22
2.2 <i>Il libero mercato degli elettori</i> .....	24
2.3 <i>La competizione partitica nella Issue politics</i> .....	31
<b>Capitolo III</b> .....	<b>43</b>
<b>Dati e Metodi</b> .....	<b>43</b>
<b>Capitolo IV</b> .....	<b>47</b>
<b>Risultati</b> .....	<b>47</b>
4.1 <i>L'evoluzione dell'affluenza</i> .....	47
4.2 <i>Le priorità dell'elettorato e la strategicità dei partiti</i> .....	49
4.3 <i>Strategicità e rimobilitazione elettorale, una forte correlazione</i> .....	57
<b>Conclusioni</b> .....	<b>63</b>
<b>Bibliografia</b> .....	<b>67</b>



## Introduzione

In un articolo pubblicato su “L’Unità” nel 1912, all’interno di una più ampia discussione sul suffragio universale, Gaetano Salvemini descrive l’atto del voto nel seguente modo: «L’elettore non è che un mediocre buon diavolo, il quale nell’atto che vota, “manifesta” se è contento o se è malcontento di coloro che fino a quel momento sono stati deputati o consiglieri comunali: se è contento, li riconferma; se è malcontento, vota per altri» (Salvemini, 1912/1962, 261). Un gesto semplice, che non richiede grande sofisticazione: per dirsi soddisfatto o meno «basta avere un po' di comprendonio naturale educato dall'esperienza della vita», afferma ancora Salvemini nello stesso passo. Cosa succede, però, se un elettore malcontento non trova “altri” da votare?

Secondo i dati diffusi dal Viminale, per l’Italia il 2024 è stato un anno di proteste: con un aumento del 9.5% rispetto all’anno precedente, sono state più di dodicimila le manifestazioni di piazza, più di trenta al giorno. Quello italiano non è un caso isolato, manifestazioni e proteste trovano spazio nei giornali di tutta Europa.

In Grecia in migliaia hanno occupato le strade e le piazze della capitale per chiedere al governo giustizia a seguito “dell’incidente ferroviario di Tempe”. In Ungheria e Romania decine di migliaia di manifestanti hanno sfilato per le rispettive capitali per esprimere dissenso nei confronti delle posizioni anti-Ue dei loro governi. Lo stesso spirito europeista ha animato i protestanti in Georgia, che da mesi si ritrovano periodicamente in migliaia davanti al parlamento di Tbilisi. In Olanda, in concomitanza con la “Giornata internazionale per l’eliminazione della discriminazione razziale”, più di diecimila persone si sono riunite nella piazza della capitale per richiedere al governo una maggiore tutela dei diritti civili e per protestare contro l’aumento dei casi di razzismo; nella stessa occasione, in Francia, centinaia di città hanno visto sfilare per le proprie strade principali cortei anti-razzismo e di dissenso nei confronti del presidente Macron. A Varsavia, invece, sono state numerose le manifestazioni che hanno visto migliaia di persone protestare contro l’immigrazione e il governo del primo ministro Tusk. Questi sono solamente alcuni casi, la lista potrebbe continuare a lungo, citando le manifestazioni pro-Palestina, i cortei a

sostegno della pace in Ucraina o le marce ambientaliste organizzate dal “Friday For Future”, che periodicamente animano strade e piazze in tutta Europa.

Esiste un altro metodo per protestare, per esprimere il proprio dissenso, più silenzioso e sempre più discusso nel dibattito pubblico, a cui forse ci stiamo pericolosamente abituando: l’astensione. L’affluenza alle urne è in calo nelle democrazie di tutto il mondo, e in modo particolare in Europa. In Italia, nelle ultime elezioni del 2022 si è toccato il minimo storico di affluenza alle urne, appena il 63.9%, con regioni in cui il tasso di astensionismo è stato vicino al 50%. Alcuni studi si riferiscono all’aumento dell’astensionismo come un processo irreversibile, dettato da processi deterministici quali, ad esempio, l’affermarsi di nuovi valori circa l’intendere il voto un diritto ma non un dovere (Blais & Rubenson, 2013). Ma, se come affermato da Salvemini, votare equivale a esprimere il proprio grado di benessere circa la situazione corrente, il non voto può essere considerato una forma di “*democratic protest voting*”: gli elettori decidono di disertare le urne poiché il sistema politico viene percepito come incapace di dar voce alle proprie istanze (Hernández, 2018). In questo senso, l’astensionismo sarebbe dovuto all’incapacità degli elettori di individuare il partito adatto, e credibile, a rappresentare i loro interessi.

La trattazione che segue costituisce un tentativo di spiegare se ed in che misura i partiti politici, i soggetti designati di rappresentare i bisogni della cittadinanza, possano arginare la crescita del fenomeno. Verrà testata la correlazione tra la “strategicità” dei partiti e la loro capacità di rimobilitazione elettorale. Se la correlazione si dimostrerà positiva e significativa, avremo individuato uno strumento utile ai partiti per guadagnare consensi dal non voto, ottenendo così un vantaggio rispetto agli avversari per vincere le elezioni, e utile per dimostrare che il dissenso, una volta allontanatosi dalle istituzioni, può nuovamente trovare voce.

Ci chiederemo inoltre se ci siano delle tipologie di partiti che meglio di altre riescono a riportare al voto gli astenuti: in particolare costituiranno oggetto di analisi i partiti populistici, la cui crescita elettorale si accompagna spesso con accuse di rappresentare un pericolo per le democrazie liberali.

L’elaborazione si svilupperà nel seguente modo: il primo capitolo sarà dedicato interamente al fenomeno dell’astensione, come si è evoluto dal dopoguerra ad oggi e quali

sono le cause e conseguenze attualmente indicate in letteratura; nel secondo capitolo daremo spazio ai partiti e a come si è evoluta – nelle strategie e nell’efficacia – la loro capacità di mobilitare gli elettori verso le urne; successivamente seguirà la nostra analisi, un’elaborazione originale costruita usando il dataset raccolto da *Issue Competition Comparative Project* (ICCP); seguiranno poi i risultati e una discussione ad essi attinente.



# Capitolo I

## Astensionismo: evoluzione, cause e conseguenze

Questa prima parte della trattazione sarà dedicata ad introdurre il fenomeno dell'astensionismo. Questo verrà prima visto nella sua evoluzione storica e successivamente ne verrà affrontato l'impatto sulle democrazie, per lo più in termini di rappresentatività. Seguirà uno sguardo alle teorie impegnate nello studio delle cause dell'astensionismo, con particolare attenzione al *mobilization model*, il cui interesse è rivolto in particolare a quegli attori mobilitanti sui cui si soffermerà la nostra analisi, i partiti. Per la loro gravità in termini di partecipazione, verrà dedicata particolare attenzione alle ultime elezioni politiche svoltesi in Italia nel 2022, dalle quali saranno tratti elementi di confronto con le teorie presentate.

### *1.1 L'evoluzione dell'astensionismo dal secondo dopoguerra ad oggi*

Secondo uno studio condotto da Solijonov (2016), il *turnout*, a livello globale, ha visto i suoi anni di apice intorno alla metà del ventesimo secolo e ha mantenuto un andamento costante fino agli anni 80, questo considerando che nel mentre cresceva la popolazione di elettori e il numero di democrazie e quindi paesi in cui si svolgono elezioni: nel periodo compreso tra il 1940 e il 1980 il valore di affluenza medio alle elezioni a livello globale è sceso di soli due punti percentuali, scendendo dal 78% al 76%. Nel decennio successivo è cominciato un rapido declino che ha visto il *turnout* scendere al 70% nel 1990 fino ad arrivare al 66% negli anni 2011-2015. Il calo registrato nell'ultimo decennio del ventesimo secolo è in parte imputabile all'acquisizione di dati da parte di ben 43 nazioni africane, democrazie deboli o di recente formazione, ma sarebbe una spiegazione insufficiente. Se nello stesso periodo nelle Americhe e in Asia il valore ha mantenuto livelli più o meno costanti, è nel continente europeo che si segnala il declino più significativo.

Nel periodo compreso tra gli anni quaranta e settanta del novecento, in Europa si registrava un valore medio di affluenza alle urne tra l'82% e l'84.5%; già al termine degli anni novanta il valore scende sotto l'80%, per poi calare drasticamente sotto il 70% con l'inizio del nuovo millennio (Delwit, 2013). Anche in questo caso occorre fare una specificazione: il calo irregolare è dovuto all'ingresso nel novero delle democrazie di paesi appena usciti da regimi autoritari (nazioni appartenenti all'ex blocco sovietico), democrazie nuove dalle istituzioni fragili, prive della cultura civica e dell'abitudine legate al voto. Tenendo ciò in considerazione, il calo, seppur più contenuto, interessa non solo quelle nazioni diventate democrazie intorno agli anni settanta (Spagna, Portogallo, Grecia), ma anche quei paesi che erano già regimi democratici al termine della seconda guerra mondiale: alle ultime elezioni politiche il valore medio di affluenza alle urne nei 20 paesi dell'Europa occidentale<sup>1</sup> è stato del 70.7%. In questi stessi paesi, il livello di partecipazione è sceso di oltre 10 punti percentuali rispetto ai massimi degli anni settanta del novecento (Angelucci, Trastulli & Tuorto, 2024).

In questo contesto, l'Italia non fa eccezione. Alle elezioni politiche del 2022 si è infatti registrato il valore minimo di affluenza nella storia del paese (la partecipazione elettorale si è fermata al 63.9%, con un calo di ben 9 punti percentuali rispetto alle precedenti politiche del 2018). Dato che non deve lasciarci indifferenti considerando che l'Italia fino a quarant'anni fa era considerato un modello di riferimento di partecipazione elettorale: durante la Prima repubblica, prima degli anni ottanta, si registravano valori di affluenza superiori al 90%, con alcuni comuni che raggiungevano il 100% (Tuorto, 2024). Il dato è impressionante anche a livello comparato. Confrontando i 20 paesi dell'Europa occidentale nello stesso ciclo elettorale, l'affluenza alle urne delle ultime elezioni politiche del 2022, si è rivelata più alta solamente rispetto alla Grecia e al Portogallo - democrazie molto più giovani rispetto all'Italia (Huntington, 1991) -, alla Francia (in cui però le elezioni parlamentari vengono considerate di secondo ordine rispetto a quelle presidenziali), a Irlanda e Svizzera (caso questo di difficile confronto in quanto è una democrazia consociativa e non parlamentare). Un'ulteriore considerazione è obbligatoria, andando questa ad aggravare il quadro generale: la diminuzione dell'affluenza tra le

---

<sup>1</sup> I dati riportati si riferiscono nello specifico ai seguenti paesi: Austria, Belgio, Cechia, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Ungheria, Islanda, Irlanda, Italia, Lussemburgo, Olanda, Norvegia, Polonia, Portogallo, Spagna, Svezia, Svizzera e Regno Unito.

elezioni politiche del 2018 e del 2022, -9 punti percentuali, rientra nella top 10 dei maggiori cali inter-elettorali negli stessi 20 paesi dell'Europa occidentale dalle elezioni del 1945 ad oggi.

La distribuzione territoriale dell'affluenza del 2022 racconta ancora una volta di un'Italia a due velocità: sopra la media nazionale troviamo la ormai ex Zona rossa (70.4%) e il Nord (68.6%), ben al di sotto invece il Sud (57.4%). Da segnalare quanto si è registrato in Calabria, dove l'affluenza è stata di appena il 50.8%, il dato peggiore in Italia: un avente diritto su due non si è recato alle urne.

Lo stesso quadro si conferma anche prendendo in esame il calo inter-elettorale: le regioni del Centro-Nord hanno fatto registrare una diminuzione inferiore rispetto alla media nazionale (-7.4 punti percentuali per la ex Zona rossa e -7.8 punti percentuali per il Nord), nel Sud invece si segnala un calo di 10.8 punti percentuali (con picchi di 15 punti in Campania e in Molise).

I differenti gradi di partecipazione per territori si possono osservare anche da un altro punto di vista, quello del disagio sociale ed economico. Uno studio condotto da Angelucci, Trastulli e Tuorto (2024) confronta la partecipazione elettorale e due indicatori utili a sottolineare le disuguaglianze economiche, Pil pro-capite e richieste di reddito di cittadinanza. Confrontando il grado di partecipazione elettorale e il livello medio di Pil pro-capite (a livello di province) si nota come all'aumentare di quest'ultimo aumenti anche il primo: ciò che ci si profila è una distribuzione che presenta nella parte bassa (bassa partecipazione e basso Pil pro-capite) la maggioranza delle province meridionali, mentre salendo ci si ritrova nelle province del Centro-Nord. Lo stesso risultato si riscontra anche confrontando Pil pro-capite e calo inter-elettorale: dove le condizioni socioeconomiche sono peggiori si tende a votare sempre meno. Prendendo in esame i dati Inps sulle richieste di reddito di cittadinanza, invece, il comportamento è inverso ma la storia raccontata è la stessa: al crescere della percentuale di richiedenti del reddito di cittadinanza diminuisce la partecipazione elettorale.

Lo studio condotto dall'associazione Itanes (2023) ci fornisce l'identikit dell'iscritto al "partito degli astenuti" delle ultime elezioni politiche italiane del 2022, confermando le indicazioni socio-economiche che abbiamo tratto fino ad ora a livello aggregato: tra i non votanti ci sono soprattutto persone a basso titolo di studio e senza occupazione. A questi

si somma un'area del non voto che non esprime né centralità né perifericità sociale ed è localizzata in un contesto geografico sociale specifico, ossia impiegati appartenenti al ceto medio residenti nell'Italia meridionale. Ad accomunare i primi con i secondi sono un basso livello di interesse e attenzione per la politica (soprattutto con riferimento alla campagna elettorale), bassa fiducia nelle istituzioni, difficoltà a posizionarsi sull'asse sinistra-destra e insoddisfazione nei confronti della democrazia.

## *1.2 Le conseguenze dell'astensionismo sui regimi democratici*

Come racconta il caso italiano, l'astensionismo non è un fenomeno che si è diffuso in modo omogeneo in tutte le componenti della società. Numerosi studi ci spiegano come siano i più giovani a non votare e soprattutto i meno istruiti e le fasce sociali più fragili dal punto di vista socio-economico (Frank & Martinez i Coma, 2023; Gallego, 2015). Angelucci et al. (2024) dimostrano come questo sia il risultato di un trend iniziato anni fa che va definendo dei veri e propri *turnout gap* sia per quanto riguarda l'età che il reddito e l'istruzione. Prendendo in esame i 20 paesi dell'europa occidentale già citati in precedenza, la differenza nella partecipazione tra i più giovani (20 anni) e i meno giovani (65 anni) era di circa 15-20 punti percentuale negli anni 50 e 60 del novecento: nonostante fosse già molto alta, negli ultimi vent'anni questa è cresciuta fino a raggiungere i 30 punti percentuali. Per quanto concerne l'*educational gap*, la differenza tra i meno istruiti e più istruiti nella popolazione era pressoché trascurabile fino agli anni 90 del novecento, momento in cui è iniziata a crescere fino a toccare il valore di 14 punti percentuali nel 2010. Simile l'andamento dell'*income gap* il quale prima degli anni novanta era tra i 6 e gli 8 punti percentuali: nel primo decennio degli anni duemila il gap ha raggiunto il valore di 18 punti percentuali.

I dati sembrano delineare un quadro in cui una parte della popolazione – quella più fragile e socialmente vulnerabile – appare progressivamente distante dalle istituzioni, in termini sia di fiducia che di partecipazione. Tuttavia, è lecito domandarsi se questa distanza sia unicamente riconducibile a un disimpegno da parte dei cittadini, o se non sia piuttosto il risultato di un progressivo allontanamento delle istituzioni stesse dalle istanze e dai bisogni di tali segmenti sociali.

Allo stesso tempo, la letteratura scientifica, in maniera pressoché unanime, sottolinea come le implicazioni di un astensionismo diseguale — ovvero concentrato in specifici segmenti della popolazione — possano avere effetti profondamente negativi sulla tenuta, la rappresentatività e il funzionamento complessivo delle democrazie (Sigel, 1979).

Una prima considerazione riguarda il grado di rappresentatività della democrazia, quanto cioè un governo riesca a farsi portavoce dei bisogni e delle istanze della cittadinanza. A riguardo è possibile leggere l'*income gap* anche attraverso una lente diversa, andando cioè ad analizzare in che misura tali gap di partecipazione si riflettano anche in scelte di policy dei decisori politici sbilanciate a favore dei segmenti più partecipativi della società. Studiando il grado di *congruence* delle politiche rispetto alle preferenze degli elettori, ossia quanto effettivamente una decisione o una policy del governo goda di supporto popolare o meno (e all'interno di quali segmenti dell'elettorato), il quadro che ci si profila non è certamente positivo. Secondo Persson e Sundella (2023), esiste una differenza nel grado di *congruence* tra il gruppo *high income* e *low income* pari a 3 punti percentuali, a segnalare come le politiche rispecchino maggiormente le preferenze delle classi più agiate, nonostante questa sia numericamente inferiore. Ad aggravare il dato, gli appartenenti al gruppo *low income* sono più favorevoli ad un cambio di politiche rispetto agli *high income*: evidentemente il ceto alto beneficia maggiormente dello status quo rispetto a quello basso, e ciononostante, quando il cambio avviene lo fa nella direzione più favorevole ad esso.

Le politiche espresse dai governi negli ultimi anni nel mondo occidentale sono sempre più espressione del ceto più ricco e in costante e crescente disaccordo con quello più povero. Siamo quindi di fronte ad un'involuzione dei regimi democratici? L'incapacità di rappresentare le istanze dei soggetti più fragili si traduce in uno scarso impegno nella lotta alle disuguaglianze? La domanda da porsi è quindi la seguente: che politiche esprime un paese in cui il "partito degli astenuti" è sempre più numeroso?

Probabilmente all'interrogativo precedente il filosofo ed economista John Stuart Mill risponderrebbe che l'aumento dell'astensionismo non deve preoccuparci, specialmente se riguarda il ceto basso, anzi: «The natural tendency of representative government, as of modern civilization, is toward collective mediocrity» in quanto «the voice of the instructed minority may have no organs at all in the representative body» (Mill, 1958,

114). Se viene permesso di avere una voce anche ai soggetti meno dotati di risorse economiche e strumenti cognitivi la qualità delle politiche non potrà che peggiorare; di conseguenza, con il crescere dell'astensionismo (soprattutto tra i ceti meno istruiti e meno abbienti), i governi dovrebbero essere in grado di decidere in modo più efficace per il raggiungimento degli obiettivi economici di un paese (la principale area di preoccupazione di Mill). Di tutt'altro tenore il politologo Lijphart (1997), il quale avverte che una bassa partecipazione politica genera necessariamente politiche ingiuste, causa di disagi e disuguaglianze sociali, in quanto espressione esclusiva del ceto più abbiente, il più ricco e potente, nonché il meno numeroso: «Unequal participation spells unequal influence, a major dilemma for representative democracy in which the “democratic responsiveness” depends on citizens participation», una democrazia senza partecipazione sarebbe un regime democratico solo in parte, un tema cruciale tanto che Lijphart sentenzia «after universal suffrage, the next aim for democracy must be universal or near universal use of the right to vote» (Lijphart, 1997, 1-11).

Ebbene la posizione di Mill non sembrerebbe trovare riscontro sul campo: secondo uno studio condotto da Mueller e Stratmann (2003) non risulta nessuna correlazione diretta tra partecipazione politica e crescita economica, al crescere dell'affluenza alle urne, quindi, non peggiorerebbe la qualità delle politiche. Risulta corroborato, invece, quanto è stato affermato da Lijphart: un aumento del *turnout* si associa ad un sostanziale aumento della spesa pubblica e relativa diminuzione dell'Indice di Gini (indice statistico che misura la distribuzione della ricchezza in un paese), a segnalare come una maggiore partecipazione delle classi più fragili riesca a orientare gli sforzi del governo verso politiche atte a diminuire il disagio sociale e le disuguaglianze economiche.

Il quadro che dipinge l'aumento dell'astensionismo sarebbe quindi un circolo vizioso: il governo, non ricevendo l'incentivo delle urne, non si impegna a scongiurare le disuguaglianze economico-sociali portando quindi sempre più soggetti ad allontanarsi dalle istituzioni e quindi dai seggi elettorali.

### 1.3 Come si spiega l'astensionismo?

Giacché l'astensionismo rischia di minare il fondamento stesso di un regime democratico mettendone in discussione la legittimità, in quanto ne inficia la ragion d'essere, ossia la capacità di rappresentare una pluralità di interessi senza discriminazioni di sorta, il calo della partecipazione elettorale è un fenomeno che negli ultimi anni ha ricevuto particolare attenzione. La produzione scientifica sull'astensionismo è stata talmente ampia che è possibile individuare almeno sei scuole di pensiero che hanno cercato di chiarire quali siano i fattori individuali in grado di spiegare il non-voto. Questi approcci si differenziano per impostazione teorica, metodi di analisi e conclusioni, pur non essendo sempre nettamente distinguibili tra loro. Prima di entrare nel merito dell'argomento trattato in questo elaborato, è utile passare brevemente in rassegna le principali caratteristiche di ciascuna scuola.

Secondo il "*resource model*" la partecipazione politica dipende dalla quantità di risorse che un individuo possiede, su tutte tempo, denaro e abilità cognitive, quest'ultime definite (spesso) dal grado di istruzione (Verba & Nie, 1972; Verba, Schlozman & Brady, 1995). Quest'ultimo incide non solo sulla capacità dell'elettore di relazionarsi attivamente e criticamente all'offerta politica, scegliendo quella a lui più consona, ma ci dà anche informazioni sulla classe sociale dell'individuo e quindi sul contesto con il quale l'individuo si relaziona abitualmente. Secondo la metanalisi condotta da Smets e Van Ham (2013) su 90 articoli scientifici pubblicati tra il 2000 e il 2010, la variabile *education* è associata positivamente e con successo alla partecipazione elettorale nel 70% dei casi. Chiaramente, parlando di risorse, l'*income* è una variabile cruciale: è stato già detto precedentemente che allo stato attuale esiste un gap significativo che vede i percettori di alto reddito recarsi alle urne con una probabilità molto più alta rispetto a chi ne percepisce uno basso. Anch'essa già citata in precedenza, una delle variabili più incisive per spiegare il grado di affluenza alle urne è l'età, positivamente correlata al *turnout* (Lane, 1958; Jankowski & Strate, 1995); va segnalato che la relazione tra età e partecipazione ha un andamento curvilineo, in quanto cresce con l'entrare nell'età adulta ma diminuisce con l'ingresso nell'età più avanzata e il relativo allontanamento dell'individuo dalla vita sociale attiva (Cutler & Bengtson, 1974). Parlando di risorse, un ulteriore elemento che le determina è il sesso, in quanto storicamente uomini e donne sono stati destinati a ruoli

differenti, anche riguardo la sfera politica: con l'espressione *traditional gender gap* ci si riferisce alla tendenza che vedeva gli uomini partecipare politicamente più delle donne, questo a causa di disparità nell'accesso al mondo del lavoro (quindi a risorse) e la tardiva acquisizione del diritto di voto da parte delle donne (Verba & Nie, 1972; Tingsten, 1937; Mayer, 2010); gli studi odierni ci rassicurano affermando che il *traditional gender gap* è al giorno d'oggi pressoché inesistente (Inglehart & Norris, 2003; Beauregard, 2014), con alcune resistenze nelle democrazie di recente nascita e in occasione di elezioni di secondo grado - ad esempio le elezioni del Parlamento Europeo - (Kostelka, Blais & Gidengil, 2019).

Secondo il "*socialization model*", invece, la partecipazione politica è il risultato di un complesso processo di formazione valoriale e attitudinale che nasce in famiglia, si perfeziona durante gli anni di studio e si cristallizza con l'ingresso nel mondo del lavoro (Plutzer, 2002). Di conseguenza ad incidere sul futuro grado di partecipazione sono il grado di istruzione e lo status socio-economico (la classe di appartenenza) genitoriale, così come la frequenza con la quale ci si cimenta in discussioni o anche semplici conversazioni a tema politico: un ambiente "che mastica politica" stimola interesse politico, diffonde informazioni a riguardo e genera la credenza che votare sia un dovere civico, stimolando poi atteggiamenti conformistici in favore delle urne (Gerber & Rogers, 2009).

Recarsi alle urne è il risultato di un calcolo costi-benefici in cui i secondi superano i primi, questo afferma il "*rational choice model*" (Downs, 1957). Tutto ciò che tende a ridurre i costi, specialmente legati all'acquisizione di informazioni, sarà quindi correlato positivamente al voto: ad esempio l'aver già votato in passato e la generale propensione al voto aumentano la probabilità di recarsi alle urne, mentre se si è elettori per la prima volta la probabilità cala nettamente. Avere un preciso obiettivo, sperare in un determinato *outcome* da cui trarne un beneficio (o evitarne un costo) non può che aumentare la propensione al voto secondo tale modello, meglio se tale beneficio è di tipo economico; valutazioni positive sullo stato corrente dell'economia aumentano la probabilità di *turnout* (Schlozman & Verba, 1979), al tempo stesso, però, chi versa in una situazione economica grave a livello personale (disoccupazione, cassa integrazione) potrebbe allontanarsi dalla politica poiché comporterebbe un costo eccessivo in termini di risorse (Rosenstone, 1982).

*Political interest, political knowledge, party identification e alienation* sono invece variabili particolarmente interessanti per lo “*psychological model*”, il quale investiga le determinanti psicologiche e cognitive del voto: da un lato le caratteristiche legate alle preferenze ideologiche sono positivamente associate ai benefici che un soggetto può trarre da un’elezione, mentre quelle cognitive legate a informazione e istruzione politica abbassano i costi del votare (Smets & Van Ham, 2013). Componenti psicologiche sono anche il rapporto tra elettore e governo e fiducia nelle istituzioni: tra queste, l’*internal efficacy* misura fino a che punto l’elettore pensa di poter influenzare effettivamente le politiche con il proprio voto, mentre per *external efficacy* si intende quanto si ritiene che il governo persegua gli interessi del cittadino; al crescere di entrambe, così come al crescere della fiducia nelle istituzioni, aumenta la probabilità di recarsi alle urne (Blais & Rubenson, 2013). Effetto opposto si ha invece al crescere dell’alienazione dal sistema politico, considerata quindi dannosa per i regimi democratici (Adams, Dow & Merrill, 2006).

Prima di proseguire è opportuno fare un passo indietro. Riguardo la variabile *age* si sono nel tempo andati a delineare due approcci differenti allo studio del fenomeno. Secondo la “*generation school*” sarebbe in corso un cambiamento generazionale: negli ultimi trent’anni non sarebbero cambiati solamente i comportamenti elettorali ma gli elettori stessi, a seguito di un ricambio generazionale sono cambiate cioè le persone e specificatamente sarebbero cambiati i valori che fanno loro da bussola per orientarsi nel panorama politico e istituzionale. Valori più prettamente materialisti starebbero lasciando il posto ad altri detti post-materialisti (Inglehart, 1977; Dalton, 2007): le nuove generazioni si avvicinano alla politica con una modalità differente rispetto a chi li ha preceduti, meno “*elite-directed*” e più “*elite-directing*”. I post boomers in altre parole non intendono più il voto come un obbligo morale, un dovere civico, ma come un mezzo per ottenere un risultato, di conseguenza non si recano alle urne a meno che non lo ritengano utile. Risiederebbe in questo il motivo dell’alto tasso di astensionismo tra i giovani: è infatti tra questi che si registrano i più bassi valori di *external e internal efficacy*.

Secondo la “*context school*”, il voto è principalmente un’abitudine. Di conseguenza, la propensione a recarsi alle urne dipende da se, ma anche da come e quando, tale abitudine è stata acquisita. In linea con questo approccio, si distinguono due tipologie di elettori:

*old e new*, a seconda che abbiano o meno sviluppato l'abitudine al voto. È la prima elezione a cui si partecipa, infatti, a definire il rapporto dell'individuo con il voto, lasciando una vera e propria 'impronta comportamentale' (*footprint*) che tende a consolidarsi nel tempo (Franklin, Lyons & Marsh, 2004). Ad agire sull'elettore, in questa visione, non sono quindi valori ma elementi di contesto come l'età alla quale si ottiene il diritto di voto o l'obbligatorietà del voto o meno. In Olanda, ad esempio, chi si è recato alle urne per la prima volta quando vigeva ancora l'obbligo di voto ha continuato a farlo registrando tassi di partecipazione ben più alti rispetto a chi ha votato per la prima volta dopo il 1970 - data in cui è stato rimosso il voto obbligatorio – (Blais & Rubenson, 2013); non solo, in Olanda non si registrava nessun *educational gap* fino a quando non è stato rimosso l'obbligo di voto (Dassonneville & Hooghe, 2017). Altri elementi che incidono a livello di contesto sono la competitività delle elezioni, la distanza dalle ultime elezioni e il sistema elettorale.

Le ultime variabili citate rientrano nell'area di interessi del modello detto "*political-institutional*": il comportamento di voto è determinato dalle istituzioni e dal sistema politico, in altre parole sono le regole del gioco a determinare le azioni dei giocatori. Riprendendo il concetto di *internal efficacy*, maggiore è il grado di competitività di un'elezione, minore è il margine di vittoria e quindi più è probabile che il proprio voto possa essere quello decisivo, di conseguenza maggiore sarà la tendenza a recarsi alle urne. Stesso effetto lo hanno *concurrent elections* a causa di una maggiore attenzione dei media e azione di mobilitazione dei partiti. Rientrano in questo filone di ricerca gli studi sul *compulsory voting*, che favorisce l'affluenza alle urne creando, come già detto, l'abitudine al voto. Ultimo aspetto da considerare è il sistema elettorale e il numero di partiti, i cui effetti sono ancora molto dibattuti in letteratura. I sistemi maggioritari, per quanto diano vita a distorsioni elettorali con una traduzione di voti in seggi meno precisa rispetto ai sistemi proporzionali (Geys, 2006), generano delle maggioranze palesi, comprensibili all'elettore per il quale poi è immediato associarsi come sostenitore o oppositore del governo. I sistemi maggioritari taglierebbero quindi i costi legati all'acquisizione di informazioni e sarebbero anche in grado di intervenire positivamente su *external e internal efficacy*, elementi che come detto in precedenza influiscono pesantemente sul voto dei più giovani, ad esempio. I sistemi proporzionali, invece, nascono per riflettere i corpi sociali e bisogni della cittadinanza all'interno del

parlamento, sono per natura più rappresentativi rispetto ai maggioritari ma al tempo stesso danno quasi necessariamente vita a governi di coalizione: diventa difficile per l'elettore leggere il risultato di un'elezione, dirsi vincitore o perdente dell'elezione, così come è più dispendioso in termini di risorse associare una precisa politica ad un singolo partito (Blais, 2006). Nonostante si associno costi maggiori, secondo uno studio condotto da Fumagalli e Narciso (2012), i sistemi proporzionali sono caratterizzati da un'affluenza significativamente maggiore (6%) rispetto alla controparte. Si registra una differenza considerevole (10%) anche tra sistemi caratterizzati da diverse forme di governo: i sistemi parlamentari generano più partecipazione rispetto a quelli presidenziali. Questo dato è dovuto al fatto che regimi parlamentari fondati su sistemi prevalentemente proporzionali favoriscono la nascita di un maggiore numero di partiti rispetto a quelli presidenziali o comunque maggioritari: più opinioni e più interessi vengono rappresentati, si amplia così l'offerta elettorale per il cittadino, il quale ha a disposizione un ventaglio di scelte più esteso. Allo stesso tempo, la presenza di un'offerta più ampia favorisce una maggiore competitività tra gli stessi partiti, incentivando gli sforzi di mobilitazione politica dell'elettorato.

Secondo il "*mobilization model*" la partecipazione non nasce tanto dal possesso di risorse a livello individuale bensì dall'azione mobilitante di partiti, singoli candidati, gruppi di interesse, associazioni, movimenti religiosi e non (Rosenstone & Hansen, 1993): la rete sociale creata tramite questi attori mobilitanti funge da filtro per l'individuo che in questo modo sviluppa valori e quindi opinioni sul panorama politico e in base a ciò vota. Le variabili considerate da questo approccio sono quindi la religiosità, l'iscrizione ad un partito, ad un sindacato o ad associazioni culturali. Queste variabili sono correlate positivamente al *turnout* in quanto ritenuti fattori in grado di generare impegno civico e quindi stimolare la partecipazione elettorale e politica (Verba et al., 1995). Va inoltre considerata l'esposizione ai media e alla campagna elettorale, strumenti che contribuiscono a diffondere cultura politica e ad aumentare l'attenzione dell'elettorato su specifici temi (Prior, 2005; Solt, 2008). Anche in questo caso, si tratta di variabili positivamente associate con la partecipazione elettorale.

Secondo questa impostazione, il progressivo allontanamento dei soggetti con uno status socio-economico (SES) basso è in parte da imputare all'indebolimento ed al cambiamento dei loro storici agenti di mobilitazione, vale a dire sindacati e partiti di sinistra (Bartolini

& Mair, 1990; Blais & Dassonneville, 2020). I primi, storicamente legati per lo più al settore secondario dell'economia, sono stati caratterizzati da un'erosione di potere ed influenza a seguito delle trasformazioni economiche avvenute con il passaggio da un'economia prettamente industriale ad un'economia sempre più basata sul terzo settore; i secondi, invece, hanno progressivamente abbandonato la loro caratterizzazione di "partiti di classe" in favore di un orientamento "pigliatutto" (Kirchheimer, 1966) alla ricerca del voto dell'elettore mediano (Ezrow et al., 2011).

Non deve stupirci allora come al diminuire della *union density* aumenti l'astensionismo. Inoltre, tra gli iscritti ad un sindacato il *SES gap* tende a ridursi fino a quasi azzerarsi (Angelucci, 2024). Evidentemente l'azione mobilitante dei sindacati riesce a mitigare le differenze di opportunità e risorse portando a votare anche quei soggetti che altrimenti risulterebbero alienati dalla politica e più in generale dalle istituzioni.

Questo sembra suggerire che, sebbene partiti ed organizzazioni politiche di vario genere non vivano il loro momento migliore, questi siano ancora in grado di esercitare un influsso importante sui comportamenti politici degli individui.

Il caso delle elezioni italiane del 2022 sembra confermare questo argomento. Si è detto che l'affluenza è stata minore nelle aree con un basso Pil pro capite; l'astensionismo è stato inoltre maggiore in quelle province caratterizzate da una maggiore richiesta di reddito di cittadinanza: ebbene al tempo stesso, proprio in queste aree, il *SES gap* tende a ridursi in favore di un voto per il Movimento 5 Stelle, promotore prima e fautore dopo del reddito. Il partito pentastellato è quindi riuscito, cavalcando l'effetto dell'introduzione di uno strumento di sostegno sociale come il reddito di cittadinanza (introdotto nel 2019), a conquistare il voto proprio di quelle frange più fragili della popolazione meno inclini a recarsi alle urne (Angelucci, Trastulli & Tuorto, 2024). Facendosi portavoce delle richieste di maggiore tutela sociale il movimento sarebbe quindi riuscito a tamponare il rapido declino dell'affluenza.

Altre evidenze empiriche che enfatizzano il ruolo dell'agency dei partiti sono emerse a livello comparato in Europa. Ad esempio, è stato dimostrato che il divario di partecipazione tra le diverse fasce d'età si riduce significativamente quando i partiti politici adottano posizioni più vicine agli interessi delle generazioni più giovani (Angelucci, Carrieri & Improta, 2025).

Questo dato sembrerebbe indicare che il fenomeno dell'astensione non debba essere considerato come un processo irreversibile o ineluttabile. Al contrario, i risultati suggeriscono che l'astensionismo possa essere in parte ricondotto all'azione — o all'inazione — dei partiti politici, piuttosto che a dinamiche storiche o strutturali di tipo deterministico. In questa prospettiva, il comportamento degli attori politici, e in particolare la loro capacità di rappresentare in modo efficace e strategico interessi e aspettative di segmenti specifici dell'elettorato, risulta centrale per comprendere le variazioni nei livelli di partecipazione.



## Capitolo II

### La competizione partitica dalle identità alla *Issue politics*

Il capitolo che segue presenterà una panoramica sull'evoluzione storica del rapporto tra elettori e partiti dal dopo guerra fino ad oggi: dai partiti ideologici e le identità collettive fino ai partiti *challenger e populist* e gli elettori apartitici. Verranno discusse le principali teorie sullo studio della competizione partitica, partendo dalla teoria economica di Downs e proseguendo con la *valence politics* di Stokes fino alle teorie attinenti alla *saliency theory*. Tra queste, particolare spazio verrà dedicato allo *issue yield*, che costituirà il frame teorico e metodologico per l'analisi che seguirà.

#### 2.1 L'età dell'oro delle identità politiche

Fino agli anni ottanta dello scorso secolo l'area di ricerca accademica legata allo studio dei partiti è stata dominata dalla visione di Lipset e Rokkan (1967) secondo cui i partiti nascono come proiezioni di più profonde fratture sociali: queste, dette *cleavages*, si caratterizzano per diversi gruppi sociali tra loro avversi per finalità e valori, differenze che vengono tradotte da imprenditori della politica in partiti politici. Le strutture di partito così delineate funzionano diffondendo ideologie, comprendenti due elementi: una visione del mondo, orientata alla trasformazione della società, da cui derivare credenze e una precisa identità sociale da fornire ai propri elettori per quindi guidarne i comportamenti; valori, convinzioni circa la preferibilità, sia a livello personale che sociale, di una condotta rispetto ad un'altra, questo finalizzato a generare coerenza tra le credenze che costituiscono l'ideologia (Bellucci, 2007).

Ai partiti spetta il compito di trasformare strutture sociali, come classe, religione e residenza, in comportamenti politici: dal punto di vista dell'elettore, il rapporto che si instaura con il partito non è solamente finalizzato ad acquisire informazioni sui candidati, ma è psicologico, affettivo. Al contrario di quanto sostenuto da Lazarsfeld (1968), le

caratteristiche sociali non sono sufficienti a determinare preferenze politiche, gli elettori non sono immuni alla propaganda partitica. A riguardo Campbell afferma: «people associate themselves psychologically with one or the other of the parties, and that this identification has predictable relationships with their perceptions, evaluations, and actions» (Campbell, Gurin & Miller, 1954, 90).

I partiti contribuiscono a formare l'identità politica degli elettori, culmine di un processo sociale che inizia in famiglia, prosegue nella scuola e si conclude con l'ingresso nel mondo del lavoro. Identità politica che si traduce in un legame affettivo con il partito, in una identificazione di partito: un filtro percettivo che interpreta gli accadimenti storici e politici con gli occhi del partito, agendo poi come scorciatoia cognitiva di fronte alla campagna elettorale.

Risiede in questo intimo rapporto la capacità di un partito di mobilitare gli elettori. Le ideologie, e quindi credenze e valori, che hanno dominato lo scenario politico dello scorso secolo sono ordinabili all'interno di uno spazio definito da due assi, uno economico e uno culturale. Secondo Middendorp (1978) le preferenze degli elettori, così come le posizioni dei partiti, si distribuirebbero in questo spazio muovendosi lungo la diagonale definita da due poli: il polo progressista unisce istanze liberali sul piano culturale con altre stataliste su quello economico; il polo avverso, quello conservatore, invece, unisce posizioni culturalmente conservatrici con altre favorevoli al libero mercato.

L'ordine proposto da Middendorp è risultato essere particolarmente efficace, in quanto arricchiva la classica disposizione di preferenze politiche, l'asse sinistra-destra (Fuchs & Klingemann, 1989). Secondo Lipset e Rokkan (1967) l'asse sinistra-destra sarebbe la traduzione in termini politici del cleavage capitale-lavoro, il quale vedeva come gruppi sociali contrapposti operai e borghesi. Secondo Bobbio (2023), invece, la distinzione tra sinistra e destra si articola su di un continuum imperniato sul valore dell'uguaglianza: da un estremo troviamo posizioni egualitarie ma antiliberali (estrema sinistra, comunismo), dall'altro posizioni anch'esse antiliberali ma insieme antiegalitarie (estrema destra, fascismo e nazismo); nel mezzo il centro-sinistra e il centro-destra, egualitario e libertario il primo, inegualitario e libertario il secondo, entrambi accomunati dalla fedeltà al metodo democratico.

Sull'asse destra-sinistra (inteso in chiave economica) Downs (1955) costruisce la cosiddetta teoria economica della democrazia che ruota attorno al concetto di razionalità: razionale è l'elettore che sceglie chi votare di volta in volta in base all'offerta elettorale, privo di preconcetti identitari, così come è razionale il partito che agisce mosso dall'obiettivo di massimizzare i voti, senza essere interessato a generare identità politiche. La razionalità degli elettori si declina poi nella capacità di individuare e ordinare le proprie preferenze politiche, mentre quella dei partiti nell'inseguire il voto del cosiddetto elettore mediano, che non forzatamente coincide con il centro politico bensì è quello che si lascia alla propria destra e sinistra il 50% della distribuzione di preferenze. Quello che si va definendo è un equilibrio di Nash, in un sistema dinamico e interattivo, in cui le strategie dei partiti sono dettate dalle azioni degli altri attori e dal carattere della distribuzione di preferenze dell'elettorato. In una configurazione unimodale, i partiti, per vincere, dovranno convergere verso la posizione politica in cui è posto il picco della distribuzione; in un contesto bimodale, o multimodale, i partiti sono invece razionalmente incentivati a presidiare ciascuno una nicchia della distribuzione, essendo spostamenti sconvenienti in quanto si rischierebbe di mostrare il fianco ai rivali o di aprire spazi per la nascita di nuovi partiti.

Sul finire degli anni '70 del novecento lo scenario muta radicalmente: l'impianto di Lipset e Rokkan si spezza, i partiti non sono più ideologici e non fanno riferimento ad un gruppo sociale specifico ma si rivolgono all'elettorato nel suo complesso. Le cause sono molteplici e di diversa natura.

## *2.2 Il libero mercato degli elettori*

Sul piano economico, la definitiva accelerazione dei processi di globalizzazione avvenuta a partire dagli anni '80 ha limitato lo spazio di manovra dei governi sull'economia, dovendo adesso essere responsabili non solo davanti ai propri cittadini ma anche ai mercati e soggetti sovra e internazionali. Nello stesso periodo si realizza la terziarizzazione del mondo del lavoro con conseguente indebolimento della classe operaia a vantaggio degli impiegati del settore dei servizi, privi di un'identità collettiva propria e quindi di un partito di riferimento esclusivo (Van der Eijk et al., 1992).

Alle trasformazioni del mondo del lavoro si sommano quelle sociali: il processo di secolarizzazione da cui tutte le democrazie occidentali sono attraversate porta con sé una sostanziale diminuzione del numero di persone che si dicono religiose. È la “*silent revolution*” (Inglehart, 2015): terziarizzazione da una parte e secolarizzazione dall’altra hanno minato le due identità collettive più rilevanti del novecento, l’appartenenza di classe e quella religiosa.

I mutamenti dettati dalla modernizzazione si riflettono nel mondo della politica, nel mercato elettorale, prima di tutto sul lato della domanda. L’aumento dei livelli di istruzione e il libero accesso alle informazioni, queste non più diffuse esclusivamente dai media di partito, dotano l’elettorato di nuovi strumenti e capacità cognitive che gli permettono di relazionarsi all’offerta politica in modo nuovo (Inglehart, 1990). Alle urne non si presentano più soltanto elettori direttamente mobilitati dal proprio partito, ad esso fedeli, ma anche elettori liberi da identità e ideologie, il cui voto è il frutto di considerazioni su candidati e politiche prima ancora che su simboli. In alternativa alla *partisan mobilization* si afferma la *cognitive mobilization* e con essa nasce un nuovo elettore, che Dalton (1984) chiama elettore apartitico: dotato di una ricca conoscenza politica e di un alto livello di istruzione, l’elettore apartitico è indipendente dai partiti, non è da questi che reperisce informazioni e opinioni, di conseguenza non è legato a nessuno di essi da vincoli di lealtà che gli impediscono di cambiare voto tra un’elezione e l’altra; inoltre gli elettori apartitici formulano un proprio giudizio sul voto prevalentemente durante la campagna elettorale e non prima, in quanto sono per lo più interessati a competenza dei candidati e specifiche *policy* proposte.

Dovendo l’offerta assecondare le evoluzioni della domanda, i partiti sono costretti a trasformarsi: venendo a mancare il gruppo sociale di riferimento su cui fondare la propria strategia elettorale, non potendo più contare sull’identificazione di partito, i classici partiti *mainstream* dell’asse destra-sinistra (specialmente sul lato della sinistra) sono costretti a rivolgersi ai nuovi elettori, per farlo devono sganciarsi dalle pesanti ideologie del passato diventando quindi “pigliatutto” (Przeworski, & Sprague, 1986).

In questa fase, i partiti politici, per vincere, devono riuscire a spezzare la tradizionale competizione spaziale destra-sinistra e per farlo iniziano a ricorrere a temi imperativi: obbiettivi che l’interesse dell’elettorato considera prioritari, sui quali quindi si genera una

competizione tale da favorire il partito che riesce a imporsi come il più credibile e competente. La teoria economica di Downs viene superata, non tutta la competizione avviene sull'asse destra-sinistra, così come l'unica strategia per vincere un'elezione non è ricercare l'elettore mediano ma puntando su temi imperativi piuttosto che posizionali è possibile rivolgersi anche a elettori che si trovano lontani dalla propria nicchia di riferimento: è la "*valence politics*" di Stokes (1963).

Il contesto partitico ha conosciuto un nuovo momento di crisi sul finire del primo decennio degli anni duemila: la crisi finanziaria del 2008, la successiva crisi del debito sovrano e la crisi migratoria hanno messo in discussione il processo di integrazione europea aprendo nuovi spazi di conflitto.

Nonostante alti picchi di disoccupazione in alcuni paesi - nel 2013 si registrano valori superiori al 25% in Spagna e Grecia - (Eurostat, 2014), le istituzioni europee hanno orientato i loro sforzi ad arginare l'inflazione, promuovendo politiche dettate dalla formula dell'austerità. A tale approccio si sono allineati tutti i principali partiti europei, sia di centro-destra che di centro-sinistra, lasciando inevase le domande di una maggiore tutela sociale.

Il grado di supporto al processo di integrazione europea ha iniziato a incrinarsi, scendendo di 11.6 punti dal 2009 al 2014 (De Sio, Franklin & Weber, 2016), così come il rapporto tra domanda e offerta politica: gli elettori maggiormente colpiti dalla crisi, specialmente chi ha perso il proprio impiego, hanno negato il loro voto a quei partiti che si erano alternati al governo fino ad allora, i cosiddetti partiti "*mainstream*" (Hernández, 2018), rifiutandoli come un blocco unico (Hobolt & Tilley, 2018). Si è qui creata una frattura che ha aperto la strada a nuovi partiti.

Lo stesso approccio trasversale che aveva favorito i partiti negli anni 80' viene adesso sfruttato da nuovi attori, che questa volta, però, non dovendo sottostare a limiti legati a responsabilità di governo, possono imporre non più temi imperativi ma posizionali, conflittuali. Critiche a immigrazione, integrazione europea e austerità, così come nuove istanze ambientali, sono questi i nuovi temi aggiunti all'agenda politica, tutte materie che sarebbero risultate troppo rischiose in termini elettorali per un partito *mainstream* con esperienze di governo pregresse (De Vries & Hobolt, 2012).

La strategia di fare leva su temi nuovi e in conflitto con il *mainstream consensus* è definita “*issue entrepreneurship*” (Hobolt & De Vries, 2015), i partiti che hanno fatto uso di questa pratica hanno trovato nel mondo accademico vari nomi, tra cui *populist* e *challenger*.

*Challenger* e *populisti* sono quei partiti che disallineandosi dal tradizionale asse di confronto politico destra-sinistra hanno sconquassato le democrazie occidentali mettendo in discussione gli equilibri politici loro precedenti così come le classiche categorizzazioni di partiti. Una categorizzazione sistematica di questi partiti nuovi è complessa, ciononostante è possibile identificare delle peculiarità.

Tra i partiti più *imprenditoriali* degli ultimi anni vi sono senz'altro i cosiddetti *niche parties* (Meguid, 2005). Le principali caratteristiche di un “*niche party*” sono il rigetto della tradizionale politica di classe e l'enfasi su temi nuovi all'agenda politica (Meguid, 2005) e prevalentemente di stampo non economico (Wagner, 2012). Ulteriori elementi sono un approccio all'arena elettorale orientato a obiettivi nel lungo periodo piuttosto che nel breve così come un maggior rilievo dato alla realizzazione di particolari politiche e non all'ottenimento di incarichi di governo. Particolare è anche il rapporto di questi attori nei confronti dell'opinione pubblica: a differenza di quanto avviene con i partiti *mainstream*, i partiti *niche* vengono significativamente sanzionati dal proprio elettorato nel momento in cui moderano le loro posizioni, di conseguenza tendono a mantenere un approccio particolarmente stabile reagendo per niente o solo in parte a mutamenti dell'opinione pubblica (Adams, Clark, Ezrow & Glasgow, 2006).

Per “*populist parties*” si intendono invece quei partiti caratterizzati dal diffondere una narrazione anti-sistema, sia sul piano politico ed economico che valoriale: il rifiuto nei confronti dell'élite dominante investe non soltanto, quindi, partiti politici e ceto produttivo ma anche media e società accademica. I partiti populistici rivendicano per sé la rappresentanza della volontà popolare, presentandosi come unici difensori della sovranità democratica messa sotto assedio da corruzione interna e ingerenza di attori esterni. A causa di questo tratto antisistemico, risulta complesso identificare dei veri e propri elementi che possano accumunare i partiti populistici tra loro, i temi enfatizzati e valori diffusi variano in base all'establishment contro cui ci si mobilita (Canovan, 1999).

La particolare narrazione tipica di questa tipologia di partiti si associa alla diffusione e acutizzazione del fenomeno denominato “polarizzazione affettiva”. A differenza della polarizzazione ideologica, termine con il quale ci si riferisce ad un sistema partitico in cui l’intera dell’arco politico è occupato, comprese le posizioni estreme, la polarizzazione affettiva riguarda una divisione nell’elettorato, ossia: la tendenza tra i sostenitori di un partito a considerare la parte opposta non come semplice rivale politico ma come nemico, associando ad una sua eventuale vittoria alle elezioni un pericolo per il proprio paese (Reiljan, 2020). L’esposizione costante e prolungata a media di partito è un’ottima predittore del fenomeno (Iyengar, Sood & Lelkes, 2012), a tal proposito Fiorina e Abrams (2008) affermano che non si debba sovrastimarne la portata, parlando quindi di una “*false polarization*”: il fenomeno riguarda specialmente quegli elettori più esposti ai media e quindi propaganda partitica, ossia le frange militanti più radicali, il resto dell’elettorato ha preferenze molto simili e sono tendenzialmente moderate.

L’espressione partiti “*challenger*” si riferisce a quei partiti che si allontanano dalla diagonale di Middendorp creando nuove combinazioni tra istanze progressiste e conservatrici e posizioni di sinistra e di destra. Si registra in particolare un’evoluzione dei partiti della destra più radicale in una direzione, definita “*welfare-chauvinist*”, che combina conservatorismo in senso culturale e un approccio all’economia tipicamente di sinistra, come tutela dei lavoratori e protezionismo (Schumacher & Van Kersbergen, 2016; Rydgren, 2008). In opposizione, sono nati partiti attorno ad una formula precisamente opposta, identificabile come “*cosmopolitan-free-market*”, che unisce, invece, posizioni liberali e progressiste su diritti civili e immigrazione con un più o meno forte supporto al libero mercato e alla deregolamentazione economica (Teney, Laceywell & De Wilde, 2014).

Secondo Hooghe e Marks (2018) staremmo assistendo al perfezionamento di una vera e propria nuova frattura sociale: il *transnational cleavage* vede come attori contrapposti chi vede con sfiducia i processi di globalizzazione e integrazione, opponendosi alle istituzioni internazionali ed europee, ai mercati e all’immigrazione in difesa della sovranità territoriale e politica, e chi invece vi si pone con apertura convinto che entità sovranazionali favoriscano la tutela delle libertà e la crescita economica (Kriesi, 1998).

Altri studi, invece, parlando di una nuova dimensione di competizione politica costruita attorno ai temi dell'integrazione e della globalizzazione, fanno riferimento ad un nuovo asse avente come due estremi *TAN* e *GAL* (Hooghe, Marks & Wilson, 2002; Bakker et al., 2015). Il primo sta per *traditional, authoritarian, national* e presenta caratteristiche equivalenti al modello del *welfare-chauvinist*; il polo opposto è rappresentato da una combinazione di istanze *green, alternative e libertarian*, quindi un'impostazione post-materialista, progressista sul piano culturale e fortemente orientata ad un approccio regolatorio all'economia, specialmente in chiave ecologica. I due nuovi tipi di partito possono essere considerati un'evoluzione dei partiti di destra e di sinistra radicali tipici della seconda metà del novecento, accomunati entrambi da una forte opposizione al progetto europeo, considerato una costruzione di centro con nessuna finalità se non quella di creare un libero mercato capitalista (Haas, 1958). I partiti *TAN* hanno mantenuto questo tratto, declinandolo specialmente attorno al tema della crisi migratoria, più pragmatica la posizione dei partiti *GAL*, i quali richiedono alle istituzioni europee di essere più democratiche e trasparenti ma al tempo stesso le ritengono l'unica possibilità per realizzare le istanze ambientaliste (Hooghe, Marks & Wilson, 2002).

La nascita di questi nuovi partiti ha generato una serie di preoccupazioni sulla tenuta dei regimi liberaldemocratici, specialmente per quanto concerne quei partiti con una più forte connotazione populista.

I partiti populistici hanno iniziato a proliferare in un periodo di grande fragilità per le democrazie liberali: Peter Mair (2000) parla della tendenza rischiosa di andare verso una "*partyless democracy*", in cui i partiti perdono la capacità di porsi come intermediari tra la società civile e le istituzioni, venendo meno quindi per la popolazione la possibilità di influenzare le decisioni del governo.

Sono due i processi che starebbero alimentando la possibilità di una *partyless democracy*: la "cartellizzazione" dei partiti *mainstream* e la "mediatizzazione" della politica. La "*cartel-party thesis*" (Katz & Mair, 1995; 2009) afferma che i partiti abbiano spostato progressivamente il proprio baricentro dalla società civile alle istituzioni: se l'utilità al sistema democratico dei partiti è combinare il ruolo di rappresentanti della cittadinanza a quello di governo dello stato, secondo Katz e Mair i partiti hanno rafforzato il secondo a discapito del primo, diventando più interessati a ricoprire posizioni governative piuttosto

che implementare precise politiche pubbliche. Questo si traduce in una tensione tra le responsabilità di governo, specialmente dettate da attori internazionali e sovranazionali, e le responsabilità nei confronti dei propri elettori.

Il secondo processo fa invece riferimento all'implementazione da parte dei partiti delle nuove prospettive date dall'avanzamento tecnologico in campo comunicativo. L'evoluzione dei media permette ai partiti di impegnarsi in campagne elettorali sempre meno costose in termini di risorse, consentendo un'esposizione diretta dei propri leader all'elettorato: professionisti della comunicazione sostituiscono i militanti di partito e di conseguenza cambia la struttura organizzativa dei partiti, con più risorse dedicate ai media a discapito della loro presenza sul territorio (Kriesi et al., 2013).

È nato un dibattito in letteratura che vede contrapposti chi ritiene che i nuovi partiti populistici possano invertire questa tendenza e chi invece crede che possano segnare la fine delle democrazie liberali occidentali come le conosciamo.

L'ideologia che accomuna tutti i partiti populistici si fonda su due elementi (Cas Mudde, 2004): la società è formata da soli due gruppi antagonisti, ossia un'élite corrotta e immorale e il popolo, questo oppresso sia sul piano economico, che identitario e politico; il governo di un paese dovrebbe essere espressione esclusiva e diretta del popolo, inteso questo come un unico corpo omogeneo guidato da interessi comuni e dotato di un'unica volontà, una "volontà generale". Secondo i critici tale ideologia viola più principi fondanti tipici di una democrazia liberale: la visione monolitica del concetto di popolo implica che la maggioranza, appunto la volontà generale, abbia sempre ragione, e questo minerebbe la tutela delle minoranze e del dissenso (Riker, 1982); il modello di democrazia promossa da questi partiti è illiberale, in quanto rinnega tutto quanto possa porre dei limiti alla sovranità popolare, come lo stato di diritto e la divisione dei poteri (Pappas, 2014); inoltre i partiti populistici sono illiberali anche nella misura in cui sono ostili ad ogni forma di intermediazione tra il popolo e le istituzioni, minando il fondamento stesso delle democrazie rappresentative, ossia la selezione tramite elezioni di un'élite politica che guidi il paese (Pasquino, 2008).

Sono più ottimisti autori come Kriesi (2014) e Canovan (1999), secondo cui i partiti populistici sarebbero delle forze che possono mutare il sistema dei partiti europei non in un senso distruttivo ma proattivo: sia che i partiti populistici entrino nel meccanismo

dell'alternanza tra governo e opposizione, sia che spingano i partiti *mainstream* ad occuparsi di materie prima ignorate, la prospettiva è quella di un rinnovato impianto partitico in grado di assorbire le recenti trasformazioni sociali ed economiche, rendendolo più rappresentativo.

Lo scenario che ci si è profilato è lo stesso descritto nel capitolo I, a cui abbiamo associato l'aumento dell'astensionismo: partiti sempre più sradicati dalla società civile e istituzioni meno rappresentative. La domanda da porsi è quindi la seguente: votare i partiti nuovi costituisce un'alternativa al non voto? In altre parole: i nuovi partiti sono in grado di rimobilizzare l'elettorato? L'intento di questo elaborato sarà provare a dare una risposta anche a questo interrogativo, ma prima bisogna dotarsi degli appropriati strumenti per studiare il nuovo caotico ambiente della competizione partitica.

### *2.3 La competizione partitica nella Issue politics*

In letteratura si fa riferimento a questa fase politica, caratterizzata da una competizione che vede coinvolti sia attori *mainstream* che nuovi, con il nome di “*issue politics*” (D'Alimonte, De Sio & Franklin, 2020).

Una delle strategie che i partiti possono mettere in pratica per vincere un'elezione è applicare il concetto di “*heresthetic*” di Riker (1986): la politica è manipolazione delle dimensioni, vince le elezioni il partito in grado di rompere un equilibrio a lui sfavorevole imponendo temi posizionali o *valence* a seconda di quanto gli è più conveniente. Questo in un ambiente caratterizzato dal declino della *party identification* (Fiorina, 2002): elettori liberi, non più vincolati a particolari appartenenze politiche o identità sociali, che di conseguenza affideranno il proprio voto al partito che si presenterà, specialmente durante la campagna elettorale, più vicino ai propri interessi e più credibile nel raggiungerli.

Sono numerosi gli approcci nati attorno al concetto sviluppato da Riker, e tra questi trova posto lo *issue yield*. Prima di descriverne le caratteristiche, cerchiamo di capire meglio cosa si intende per *issue voting*.

La premessa fondamentale della teoria “*issue voting*” è che gli elettori siano maggiormente sensibili a singoli temi, appunto *issues*, piuttosto che alle specificità dei

candidati e all'appartenenza partitica (Pomper, 1972; Carmines & Stimson, 1980). Essendo le preferenze individuali a determinare il voto, questo sarà prevedibile ricorrendo a semplici *surveys*, rendendo la competizione politica una materia molto meno caotica da comprendere. Il presupposto per una corretta previsione è che l'elettore sia però in grado di associare con successo la sua preferenza su una certa *issue*, assunto che abbia sviluppato un'opinione a riguardo, con il candidato che si è effettivamente proposto di realizzarla e che risulti il più competente a tal fine. A tal proposito è necessario che l'elettore sia dotato di strumenti e capacità cognitive sufficienti, tipicamente associate al modello di voto razionale *downsiano*.

Secondo i primi studi sull'*issue voting*, quindi, non tutti gli elettori sono in grado di votare in base a singoli temi, non tutti gli elettori sono razionali. È da una critica a queste considerazioni che Stimsons e Carmines (1980) arricchiscono tale teoria affermando che esistono due tipologie di *Issues* a cui sono sensibili diversi tipi di elettori: *hard* ed *easy issues*. Le prime sono tematiche tecniche, attorno ai quali si articola una discussione riguardante i mezzi per raggiungere un obiettivo di policy più generale; le seconde, invece, sono problematiche simboliche, tipicamente diritti civili, per le quali si dibatte specialmente in termini di fini da raggiungere. La differenza fondamentale è il grado di comprensione e approfondimento necessario per sviluppare un'opinione: essendo le *hard issues* di natura tecnica, riguardanti economia o relazioni internazionali, queste richiedono maggiori risorse cognitive rispetto alla controparte. L'elemento distintivo che rende una *issue easy* è l'essere radicato nel dibattito pubblico a tal punto da stimolare una reazione nell'elettorato senza che sia necessario alcun grado di sofisticazione politica, "colpisce direttamente alla pancia".

Come affermò Key (1966, 7), «Voters are not fools», reagiscono tutti razionalmente alle informazioni che possiedono, sono queste a cambiare, determinando poi la tipologia di *issue* a cui si è più sensibili: chi possiede una conoscenza politica più ampia e un livello di istruzione più alto tende a essere un *hard-issue voter*, il contrario vale per gli *easy-issue voters*.

Secondo Stimsons e Carmines sono gli *easy-issue voters* a essere i più incisivi: reagendo solo a temi che richiedono tempo per essere processati, permettono ai partiti di elaborare strategie di lungo periodo, con guadagni elettorali più stabili.

Le *easy issues* necessitano di molto tempo prima di poter essere utilizzate dai partiti in campagna elettorale, ma una volta sedimentate nel dibattito pubblico i partiti potranno sbilanciarsi offrendo una soluzione semplice e chiara: sono questo tipo di azioni che permettono ad un partito di acquisire (o perdere) una posizione maggioritaria nel panorama politico e mantenerla nel lungo periodo, essendo che un riallineamento degli *easy-issue voters* richiederebbe molto tempo. Le *hard issues*, invece, sono convenienti esclusivamente nel breve periodo, troppo complesse affinché si possano ridurre in una formula facilmente comunicabile.

La “*saliency theory*” (Budge & Farlie, 1983; Budge, Robertson & Hearl, 1987), invece, pone l’accento sulle modalità con le quali un partito affronta un tema in campagna elettorale. Direttamente connessa con la *heresthetic* di Riker, secondo questa teoria non è necessario assumere una particolare posizione su un tema per vincere un’elezione, ciò che conta è la salienza, cioè il grado di attenzione mediatica alla quale si riesce a sottoporre il tema, rendendolo più o meno rilevante durante una campagna elettorale.

Silenziare o enfatizzare, la scelta tra le due strategie dipende dalla tipologia di *issue* o, meglio, dal rapporto già esistente tra partito e *issue*: sarà più conveniente aumentare la salienza di un argomento quando questo rientra nella cornice ideologica o nella storia recente del partito, viceversa si silenzia un problema che possa risultarne estraneo. In questo modo si agisce sulla competizione partitica non creando nuove dimensioni di conflitto né prendendo posizione su quelle già esistenti, entrambe scelte costose in termini di risorse.

L’obiettivo è attaccare il rivale orientando il dibattito pubblico in una direzione ad esso sfavorevole, definendo come prioritario un tema che non gli appartiene, oppure imponendo un “*frame valence*” su di una problematica per la quale è facile presentarsi come più competenti. Ad esempio, se si è un partito di destra è più facile trarre un vantaggio elettorale in un contesto in cui la sicurezza è la preoccupazione principale; un partito di sinistra, invece, ricava un beneficio maggiore se il dibattito è animato da richieste di espansione del welfare.

Secondo Petrocik (1996), che attorno al concetto di salienza sviluppa la teoria della “*issue ownership*”, una campagna elettorale efficace è il passaggio imprescindibile per vincere

un'elezione, in un quadro in cui le identità collettive vengono definitivamente poste in ombra.

Si ottiene un cosiddetto "*campaign effect*" quando il candidato riesce a convincere gli elettori che il voto sia una decisione da prendere riguardo un problema che interessa la nazione che solo il suo partito è in grado di risolvere, o comunque, per il quale è il meglio attrezzato, il più competente, rispetto ai suoi rivali.

Il momento della campagna elettorale è quindi funzionale a manipolare la salienza di un tema sul quale si voglia creare o confermare l'associazione positiva tra tema e partito. Per confermare s'intende sfruttare la "*party constituency ownership of an issue*", ossia la storica sensibilità e impegno che un partito ha dimostrato nei confronti di una particolare area di interesse e gruppo sociale; per creare, invece, e quindi riuscire a possedere un tema, a presidiarlo, si può sfruttare a proprio vantaggio il "*record of the incumbent*", ossia biasimare il partito al governo per le attuali difficoltà offrendo un'alternativa migliore.

Sul lato della domanda, secondo la teoria della *issue ownership*, decisivo è il voto dell'elettore mediano, inteso come l'elettore che non è interessato a quale specifica *policy* il candidato promette di implementare, ma a quali problemi verranno risolti. Ecco quindi spiegata l'enfasi posta sull'associazione tra *issue* e partito: portando un esempio a noi contemporaneo, in Italia, se si ritiene l'immigrazione irregolare il problema prioritario, sarà altamente probabile che si voti per la Lega piuttosto che per un qualsiasi altro partito.

Meguid (2005) propone un modello che spiega l'interazione tra partiti *mainstream* e *niche* proprio sfruttando *issue salience* e *issue ownership*. Di fronte ad una nuova *issue* posta in agenda da un partito *niche*, un partito *mainstream* può comportarsi nei seguenti modi: adottare una strategia "*dismissive*", ossia abbassare la salienza dell'argomento segnalando all'elettorato che non sia meritevole di attenzione; oppure, di contro, aumentarne la salienza mettendo in pratica una strategia "*accomodative*" o "*adversarial*". La prima consiste nel prendere una posizione sul tema che converga con quella del partito *niche*; otterrà un guadagno elettorale il partito in grado di imporre la *issue ownership*. La seconda strategia, invece, consiste nell'assumere una posizione divergente, contraria rispetto a come è stato introdotto il tema nel dibattito pubblico, e ha come effetto un consolidamento della *issue ownership* del partito *niche* con conseguente accrescimento del suo elettorato.

In una logica spaziale, la strategia *adversarial* può essere utilizzata da un partito *mainstream* per rafforzare il partito *niche* che sta competendo dall'altra parte dello spettro politico, mettendo quindi in difficoltà il partito *mainstream* rivale che sarà costretto a prendere posizione.

Altra teoria nata sullo stimolo della *saliency theory*, è la “*riding the wave*” (Ansolabehere & Iyengar, 1994): i candidati acquisiscono un vantaggio alle urne se riescono a sincronizzarsi con quanto, in quel determinato momento e paese, sta ricevendo una copertura mediatica maggiore. Qui l'attenzione non è posta alla particolare posizione che conviene assumere su di una *issue*, ma quanto si riesce a “stare al passo” con il dibattito pubblico: l'obiettivo è dimostrare all'elettorato di essere sensibili alle preoccupazioni del momento, ossia presentarsi come *responsive*.

Tenendo in considerazione le teorie appena descritte, è possibile individuare un ulteriore elemento di distinzione che emerge tra partiti *mainstream* e partiti *niche*. I primi, disponendo di più personale e risorse, possono permettersi di concentrarsi su più tematiche contemporaneamente, senza sacrificare la salienza di quelle più rappresentative: possono, cioè, impegnarsi in una strategia *riding the wave* senza rischiare di perdere la *issue ownership* sui temi loro centrali. I partiti *niche*, invece, non avendo le risorse necessarie, ignorano il dibattito pubblico corrente a meno che non riguardi una questione su cui puntano a imporre o mantenere la *issue ownership* (Wagner & Meyer, 2014).

Altra teoria attenta alla *responsiveness* è la “*dynamic representation*”. Secondo Stimson, MacKuen e Erikson (1995) ad un cambiamento dell'opinione pubblica corrisponde un cambiamento nelle politiche messe in pratica dai governi. Questo processo di influenza dell'opinione pubblica sui partiti di governo si realizza in due meccanismi: le elezioni, che cambiano la composizione politica del governo rispecchiando le tendenze dell'opinione pubblica al momento delle elezioni stesse; la “*rational anticipation*” del personale di governo, ossia un calcolo relativo ai futuri guadagni potenziali, in termini elettorali, che porterebbe un cambio delle politiche in linea con un cambio dell'opinione pubblica corrente. Secondo questo modello, avendo dati sulle preferenze politiche dell'elettorato, sarebbe possibile prevedere non semplicemente la maggioranza di governo, ma direttamente le sue decisioni e atti. Interessante segnalare che secondo lo

studio condotto proprio da Stimson et al. negli Stati Uniti, c'è stato un momento di asincronia tra policy e opinione pubblica iniziato dalla metà degli anni sessanta e terminato sul finire degli anni ottanta: coincide con il momento di indebolimento delle identità politiche.

*Dynamic representation* e *saliency theory*, così come *issue ownership* e *riding the wave*, presentano delle criticità che la teoria dello *issue yield*, sviluppata da De Sio e Weber (2014) supera tramite un approccio dinamico, costruito su un'intima interazione tra domanda e offerta politica, in grado di prevedere non solo il successo elettorale di un partito, ma anche quali *issues* si imporranno nell'agenda politica.

La teoria *riding the wave*, se presa singolarmente, presenta dei limiti logici: in uno scenario in cui tutti i partiti enfatizzano allo stesso modo i temi più discussi nei media, scenario che si realizzerebbe qualora ogni partito seguisse i dettami della teoria, nessuno otterrebbe alcun tipo di vantaggio. Mancano, cioè, considerazioni sulla relazione tra domanda e offerta politica, così come distinzioni all'interno del panorama partitico.

La *saliency theory* e *l'issue ownership*, entrambe prevedono che il comportamento migliore per un partito sia puntare su tematiche che l'elettorato riconosca di loro appartenenza, sulle quali, quindi, si possano imporre come i più competenti. Entrambe le teorie, quindi, dipendono da associazioni tra tema e partito già consolidate, costruite con pratiche di governo o tramite narrazioni ideologiche: perdono di validità in sistemi di partito mutevoli, in cui a causa di alta volatilità elettorale ed elevato numero di partiti nuovi le associazioni sono messe costantemente alla prova (De Sio & Weber, 2020). Non solo, entrambe le teorie sono accomunate da una significativa lacuna: nessuna delle due distingue propriamente *positional issue* e *valence issue*.

La *saliency theory* suggerisce ad un partito di enfatizzare un tema che gli appartiene presentandolo all'opinione pubblica come un tema *valence*, e quindi imperativo, su cui non esista divisione. In altri termini, si consiglia ai partiti di mettere in pratica una forzatura ideologica: utilizzare un linguaggio imperativo per presentare un tema divisivo come unitario, rivendicando a sé la missione di risolverlo, non elimina il conflitto, lo nasconde. La *saliency theory* rimane quindi ancorata ad una visione *downsiana* dominata dalla competizione spaziale, dove le *valence issue* ricoprono un ruolo secondario, se non nullo.

Anche la *issue ownership* mescola linguaggio *valence* a temi posizionali. Si consiglia ad un candidato di fare leva su un problema che sta affliggendo il paese che solo il suo partito può risolvere. L'approccio "*problem-solving*" è tipico della *valence politics*, ma mancano riferimenti su come effettivamente individuare un problema che sta interessando tutto il paese. L'indicazione data ai partiti riguarda scegliere un tema che possiedono, ma ci viene anche spiegato che la "*party constituency ownership of an issue*" consiste non solo nel legame storico tra un partito e una *issue*, ma anche nel rapporto che si instaura tra il partito e il preciso gruppo sociale interessato da quella *issue*.

Non è chiaro, cioè, nel dover decidere quale partito sia il più competente, se il "problema da risolvere" riguardi la popolazione nella sua interezza o solamente un suo sottogruppo (D'Alimonte, De Sio & Franklin, 2020).

Come già accennato, la teoria sviluppata da De Sio e Weber (2014) risolve queste criticità e ambiguità. Per *issue yield* si intende un indice statistico che misura il potenziale elettorale delle *issues* per un partito, ossia quanto questo sia in grado di acquisire nuovi elettori e al tempo stesso proteggere il consenso che già possiede, strutturando una campagna elettorale appropriata. La chiave per ottenere questo risultato è enfatizzare un cosiddetto "tema ponte", vale a dire un tema che consente al partito di proiettarsi verso l'interessa dell'elettorato, senza essere divisivo internamente.

L'attenzione è qui rivolta a due diverse distribuzioni di preferenze: la prima è interna al partito, costruita sui suoi sostenitori, e suggerisce di enfatizzare temi non divisivi, non conflittuali; la seconda è esterna, riferita alla totalità degli elettori, e suggerisce di enfatizzare quei temi che permettano di conquistare quanti più nuovi elettori possibile. È nell'equilibrio tra queste due spinte che risiede il successo elettorale.

Prima di proseguire occorre osservare gli assunti da cui muove questa teoria: i partiti sono essenzialmente orientati verso la massimizzazione dei voti; le preferenze degli elettori rispetto ai partiti, sia riguardo la principale dimensione di conflitto, sia per ciascuna *issue*, sono organizzate su un modello di prossimità spaziale *downsiano*; l'ordine di priorità delle *issues*, per gli elettori, può variare, di conseguenza la scelta di voto dipende anche dalla campagna elettorale; in termini di risorse, per un partito è più economico manipolare la salienza delle *issues* piuttosto che impegnarsi in una riforma ideologica o cambio di posizione. Di conseguenza i partiti cercheranno di enfatizzare il più possibile *issues* a loro

favorevoli, di modo che la prossimità del partito a quelle stesse *issues* diventi il metro di giudizio degli elettori.

Per *issue* favorevole, si intende, per l'appunto, quella che ricada nella categoria sopra descritta di "tema ponte".

A differenza delle teorie precedenti, lo *issue yield* rimane fedele a quanto affermò lo stesso Stokes in relazione alla distinzione tra *issues* posizionali ed *issues valence*: «The question whether a given problem poses a position or valence issue is a matter to be settled empirically and not on a priori logical grounds» (Stokes, 1963, 373): vale a dire, la distinzione tra temi posizionali e imperativi è una differenza da stabilire empiricamente.

Tramite *surveys* che diano indicazioni sulle preferenze degli elettori, è possibile, quindi, porre sullo stesso continuum temi *valence* e *positional* e classificare le *issues* in base al grado di consenso che godono in un preciso momento. Sono quattro le categorie così ottenute: I) "*dead-end policies*", godono di minor supporto rispetto a quanto il partito già possiede e sono negativamente associate ad esso, perseguirle danneggerebbe la reputazione del partito senza portare nessun vantaggio; II) "*venture policies*", godono di un maggiore supporto rispetto alla base del partito ma non trovano consenso interno, sono quindi particolarmente rischiose; III) "*pamper policies*", utili a riaffermare l'identità del partito, trovano il pieno consenso interno senza però garantire l'acquisizione di nuovi elettori; IV) infine, le "*bridge policies*", i temi ponte, sono caratterizzati da un alto *yield*, ossia il grado con il quale una *issue* permette di risolvere il conflitto tra protezione e espansione del supporto elettorale. È enfatizzando temi ponte, così denominati in quanto fanno da collegamento tra il partito e nuovi potenziali elettori, che un partito diventa "strategico", secondo la teoria.

Rispetto a *saliency theory* e *issue ownership*, l'*issue yield* non dipende da associazioni già consolidate, ma dipende esclusivamente dalla distribuzione delle preferenze (sia interne che esterne al partito). Il dinamismo che deriva dall'essere legato direttamente all'opinione pubblica, permette allo *issue yield* di mutare le proprie indicazioni insieme ai mutamenti delle opinioni degli elettori, su cui si hanno informazioni ben prima delle elezioni. Il vantaggio dell'*issue yield* rispetto alle altre teorie è che non deve attendere che si consolidi un'associazione positiva prima di suggerire ad un partito quale *issue*

enfaticizzare: un partito potrebbe scoprire un alto *yield* potenziale su una *issue* sulla quale non è emersa ancora nessuna *ownership*, su una *issue* storicamente non associata al partito o anche per una *issue* di recente nascita non ancora presente in agenda (De Sio & Weber, 2020).

Grazie a queste sue caratteristiche, la teoria dello *issue yield* offre una prospettiva sul comportamento dei partiti più realistica anche se confrontata con la *dynamic representation*, la quale afferma che ad un cambiamento dell'opinione pubblica segue un cambio nelle *policies* dei partiti al governo: come detto sopra, questo non è successo in corrispondenza della crisi vissuta dall'Unione Europea ed ha aperto la strada ai partiti nuovi. L'*issue yield*, incorporando anche la distribuzione di preferenze interne, e trattandola come una distribuzione a sé stante, è in grado, invece, di spiegare la non reazione dei partiti *mainstream* rispetto al crescere dei sentimenti antieuropei: un passo indietro sul sostegno all'integrazione avrebbe potuto sì far guadagnare nuovi elettori, ma al tempo stesso avrebbe danneggiato la coesione interna al partito. Invece, per quei partiti che già muovevano da istanze di critica nei confronti dell'Unione Europea, si registra uno *yield* molto alto in favore delle istanze anti-Ue e anti-immigrazione (De Sio, Franklin & Weber, 2016).

Osservando lo *yield* potenziale, e quindi le *issues* che conviene enfaticizzare in chiave strategica, è possibile tracciare una classificazione di partiti che vede insieme partiti *mainstream* e partiti *challenger* (De Sio & Lachat, 2020). Questi vengono organizzati su due dimensioni, una ideologica e l'altra legata alla tipologia di *issue* che si favorisce, *valence* o *positional*. La dimensione ideologica misura il livello di *off-diagonality*, ossia quanto i partiti sono distanti dalla tradizionale diagonale ideologica progressismo-conservatorismo, sia verso un estremo, *chauvinist-national*, sia verso la controparte, *cosmopolitan-free-market*. La seconda dimensione, invece, vede su un estremo l'approccio *problem-solving*, tipico dei temi imperativi, e sull'altro quello *conflict-mobilisation*, legato a temi posizionali.

Secondo questo modello, i partiti *mainstream* si collocano in una posizione centrale rispetto all'asse ideologico, non divergono quindi dal tradizionale asse di conflitto; a questa posizione combinano una netta tendenza *problem-solving*; i *challenger*, invece, spartiti tra i due estremi dell'asse ideologico, si trovano tutti verso il polo *conflict-*

*mobilisation*. Ciò che emerge è che sono forti gli incentivi ad allontanarsi dalla tradizionale diagonale di conflitto sia in un verso che nell'altro, ma sono i partiti *challenger* di destra quelli che riescono a intercettarli meglio, enfatizzando poi i relativi temi in campagna elettorale.

Ai fini della nostra ricerca utilizzeremo il frame teorico dello *issue yield*, che possiamo riassumere come segue: la performance elettorale di un partito è il risultato dell'interazione tra una specifica opinione pubblica in un determinato momento (anche internamente al partito) e la specifica strategia adottata dal partito.

Così descritto, riteniamo lo *issue yield* lo strumento migliore per studiare il fenomeno da noi interessato, ossia l'astensionismo. Essendo vincolato alla distribuzione di preferenze dell'elettorato, ossia alla domanda politica, permette di tenere traccia delle posizioni di quei soggetti che rimangono marginali alla competizione partitica, ossia chi esprime un non voto, consentendoci di osservare se poi quelle posizioni vengono colte dall'offerta politica o meno; inoltre, essendo lo *issue yield* focalizzato sul definire la strategia ottimale per ogni partito, dovrebbe permetterci di cogliere come e quanto i partiti possono intervenire per invertire la tendenza negativa dell'affluenza alle urne, o quanto sia invece un processo dettato da forze deterministiche - come il cambiamento generazionale dell'elettorato - e se ci sono tipologie di partiti più propense di altre a tale scopo.

Se la strategicità di un partito indica quanto il partito riesce a enfatizzare i temi a lui più favorevoli, dove per favorevoli s'intende che siano in grado di rivolgersi a più elettori possibili così come garantire il consenso della propria base elettorale, ci aspettiamo che la strategicità sia in grado di funzionare come fattore rimobilizzante di elettori precedentemente smobilizzati. In altre parole, partiti più strategici dovrebbero essere in grado di attirare anche quegli elettori che in precedenza si erano astenuti dal voto. La prima ipotesi che testeremo può essere così formulata:

*H1: All'aumentare della strategicità di un partito, aumenterà la sua capacità di rimobilizzazione dell'elettorato.*

Se lo *issue yield* si dimostrerà uno strumento efficace, proveremo a dare una risposta all'interrogativo precedentemente presentato inerente ai partiti populistici e il rinnovo delle democrazie liberali occidentali. Essendo questi partiti nati a seguito di eventi precedenti

alla nascita della maggior parte dei partiti *mainstream*, come crisi finanziaria, crisi del debito sovrano e crisi migratoria, ed essendo i partiti *mainstream* particolarmente interessati dai processi sopra descritti di mediatizzazione della politica e cartellizzazione che li hanno allontanati dai bisogni dell'elettorato, riteniamo i partiti populistici più in grado rispetto ai *mainstream* di riportare al voto chi si è astenuto in passato.

La seconda ipotesi che verrà testata è quindi la seguente:

*H2: I partiti populistici generano maggiore rimobilitazione nell'elettorato rispetto ai partiti mainstream.*



# Capitolo III

## Dati e Metodi

L'analisi empirica di questo studio fa utilizzo del dataset raccolto da *Issue Competition Comparative Project* (ICCP). I dati comprendono informazioni sia a livello individuale che a livello di partito raccolte in occasione delle elezioni parlamentari del 2017 avvenute in Regno Unito, Olanda e Austria; delle elezioni presidenziali in Francia del 2017; delle elezioni federali del 2021 in Germania; e delle elezioni parlamentari del 2022 in Italia. Nel complesso, quindi, la nostra analisi riguarderà sei paesi dell'Europa occidentale.

A livello individuale, il dataset si compone di 6 indagini campionarie (CAWI), somministrare nei sei paesi nella settimana precedente le elezioni e consente di misurare le posizioni degli elettori su tematiche rilevanti nelle campagne elettorali coperte dallo studio. A livello partitico, invece, in linea con la '*press release assumption*' (Kreiss, 2016), le strategie elettorali sono state analizzate misurando la comunicazione dei singoli partiti su Twitter durante le quattro settimane precedenti le elezioni. I dati raccolti su Twitter consentono di estrarre una misura di *issue emphasis* su ciascuno dei temi sondati all'interno delle indagini individuali. Il dataset consente dunque di ottenere una misurazione di *issue-yield* per singolo partito.

Il fenomeno su cui si concentrerà la nostra analisi è la rimobilitazione degli elettori. Questo fenomeno è catturato da una variabile che misura il *vote switch* dall'astensione al voto per un partito. La variabile dipendente così definita è codificata tramite una dummy: la variabile "vote switch" assume valore 1 se il rispondente ha votato un partito alle ultime elezioni (quelle coperte dal dataset) e si è astenuto alle precedenti, e 0 se si è invece astenuto sia alle ultime che alle precedenti.

La variabile indipendente utilizzata è la strategicità come descritta dal framework di *issue yield*: un partito è strategico quanto maggiore è l'enfasi posta sui temi su cui il partito presenta uno *yield* elevato (elevato potenziale elettorale), quindi guadagno di nuovi elettori e mantenimento di quelli che già possiede.

Nello specifico, la strategicità è stata misurata, per ogni singolo partito, tramite un set di regressioni bivariate tra l'enfasi posta su un tema dal partito durante la campagna elettorale – misurata come percentuale di tweets dedicati al tema sul totale di tweets

condivisi durante la campagna elettorale – e l’indice di IY dello stesso tema per quel partito.

La formula di *issue yield* utilizzata è condizionata dalle valutazioni dell’elettorato sulla credibilità del partito rispetto al particolare obiettivo (per dettagli maggiori vedere De Sio & Weber, 2020):

$$\text{refined issue yield} = \frac{(f - ip) \text{intcred}}{p(1 - p)} + \frac{(i - p) \text{cred}}{1 - p}$$

dove:

- $i$  = percentuale di elettorato che supporta l’obiettivo;
- $p$  = percentuale di elettorato che supporta il partito;
- $f$  = percentuale di elettorato che supporta entrambi;
- $\text{cred}$ : percentuale di sostenitori dell’obiettivo nell’elettorato che ritengono il partito credibile per raggiungerlo;
- $\text{intcred}$ : percentuale di sostenitori dell’obiettivo nel partito che ritengono il partito credibile per raggiungerlo.

I coefficienti delle regressioni così svolte sono poi stati associati ad ogni partito.

Al fine di studiare contemporaneamente variabili a livello di singolo individuo (il vote switch), e a livello di singolo partito (la strategicità), il dataset individuale è stato analizzato in forma allungata: ogni rispondente è stato moltiplicato per il numero di partiti all’interno di ciascun sistema, in modo tale da modellare la relazione tra ciascun individuo e ogni partito disponibile nel sistema.

Al fine di tener conto della variabilità tra paesi, i modelli che seguiranno saranno stimati includendo effetti fissi per paese.

Sono state infine aggiunte come variabili di controllo età (in forma cardinale), istruzione (categoriale), genere (tramite una dicotomica in cui donna=1 e uomo=0), l’auto-collocazione sull’asse sinistra-destra (dove estrema sinistra = 0, estrema destra = 10).

Per studiare il rapporto tra partiti populistici e rimobilitazione elettorale è stata codificata la variabile indipendente “Populismo”, una dummy che assume valore 1 quando il partito è un partito populista e 0 quando non è populista. Per definire un partito populista o meno abbiamo fatto riferimento al database “The PopuList” aggiornato al 2023 (Rooduijn et

al., 2024).<sup>2</sup>

Infine, il modello utilizzato è un “*Linear Probability Model*”, ossia una OLS applicata ad una variabile dicotomica. Infine, per tenere sotto controllo la violazione degli assunti di indipendenza delle osservazioni, tenendo conto che sono presenti più osservazioni per lo stesso individuo, sono stati applicati errori clusterizzati a livello individuale.

---

<sup>2</sup> Nel dettaglio, i partiti (o candidati in Francia) presenti nel nostro dataset considerati populistici sono: UKIP nel Regno Unito; M5S, Lega e FdI in Italia; Le Pen e Mélenchon in Francia; AfD e LINKE in Germania; PILZ e FPÖ in Austria; PVV, FvD e SP in Olanda.

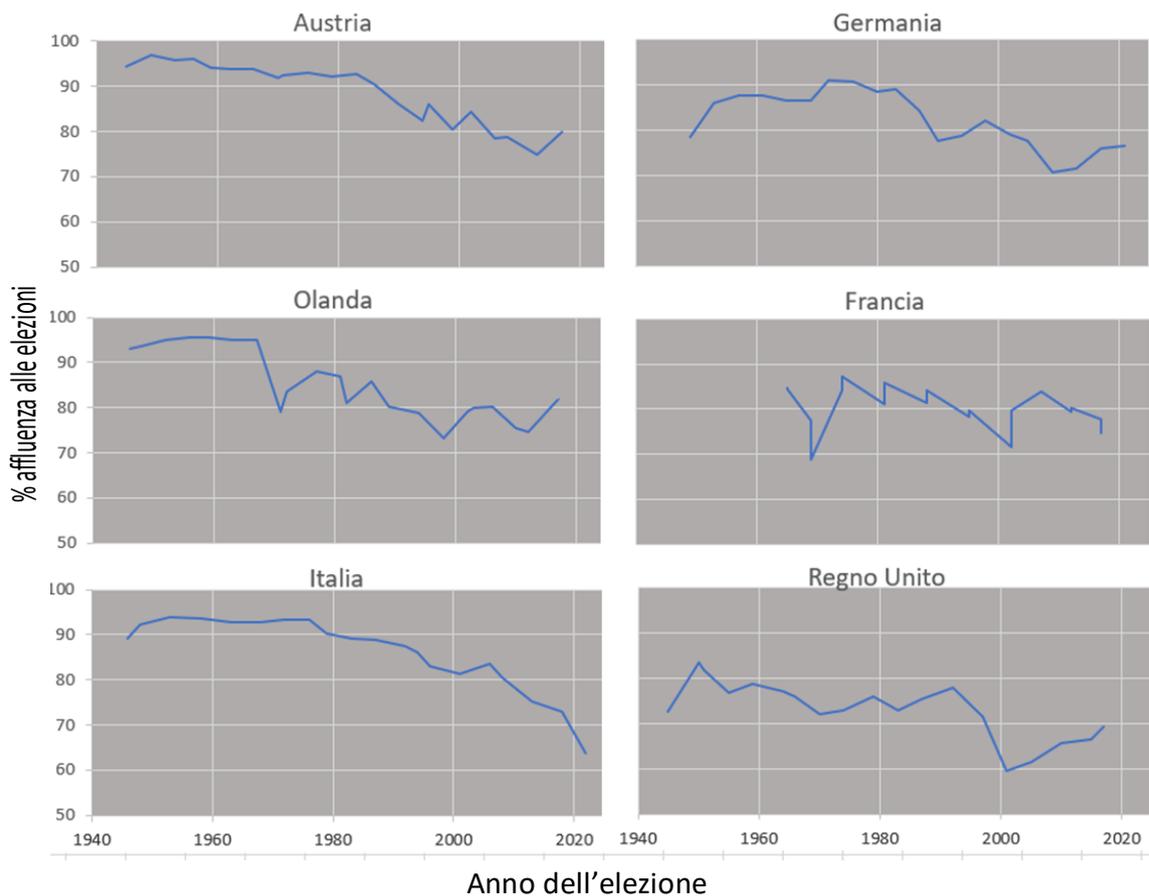


# Capitolo IV

## Risultati

Il capitolo che segue si svilupperà come di seguito: a fronte dell'evoluzione del *turnout* dei sei paesi presi in esame, verrà analizzata la domanda politica prima e la relativa offerta dopo per ogni paese, per poi evidenziare i partiti che si sono dimostrati più strategici; infine verranno presentati i risultati dell'analisi su strategicità e rimobilitazione.

### 4.1 L'evoluzione dell'affluenza



Fonte IDEA – Figura 1

Il paese in cui si registra la media di affluenza alle elezioni più alta, dal 1945 alle elezioni analizzate, è l'Austria, con un valore pari all'88.57%, seguono subito dopo: l'Italia, con l'86.17%, l'Olanda con l'85.04%, la Germania con l'82.40%, la Francia<sup>3</sup> con l'80.44% e infine il Regno Unito con appena il 73.02%.

Interessante notare che gli stessi paesi che presentano i valori medi di affluenza complessiva più bassi, Francia e Regno Unito, sono anche gli unici due paesi a non avere mai raggiunto il 90% di affluenza: questo dato sembra confermare che i sistemi di tradizione proporzionale, offrendo spazio ad un numero maggiore di partiti, riescono a rappresentare più interessi e bisogni rispetto a quelli presidenziali o maggioritari, mobilitando quindi più elettori.

Se, però, in tutti i paesi si può notare un calo nella partecipazione a partire dall'inizio degli anni ottanta, è in Italia, Austria, Olanda e Germania, paesi a tradizione proporzionale, che il fenomeno si fa più netto, andando a costituire un vero e proprio spartiacque nell'evoluzione della partecipazione: confrontando la media dell'affluenza registrata in questi singoli paesi prima e dopo il 1980 si registrano dei cali del 7.5% in Germania e dell'11% circa negli altri tre paesi. Gli anni ottanta, come emerso nel capitolo II, coincidono con il periodo di trasformazione dei partiti da partiti generatori di identità a partiti pigliatutto, così come con la più ampia fase di modernizzazione della società che ha avuto profonde conseguenze a livello individuale. Per comprendere quanto il calo di partecipazione sia dovuto al cambio di strategia dei partiti, e quindi proseguendo con la trattazione, concentriamoci ora sulle elezioni analizzate.

Osservando i dati sull'affluenza elettorale riportati nella Figura 1, il dato migliore si registra in Olanda, 81.93%, il peggiore in Italia, 63.79%<sup>4</sup>. Osservando le differenze inter-elettorali notiamo che solo Francia (-1.71%) e particolarmente l'Italia (-9.14%) peggiorano i risultati precedenti; il dato migliore si registra in Olanda (+7.37%), segue l'Austria che registra un aumento di 5 punti percentuali rispetto alle elezioni del 2013, data in cui si registrò il risultato peggiore della loro storia; sebbene l'aumento di affluenza in Germania (+0.43%) e Regno Unito (+2.97%) possa apparire di minor portata se

---

<sup>3</sup> N.B.: I dati riportati nel grafico riguardano le elezioni presidenziali.

<sup>4</sup> Nel dettaglio: 80.0% (Austria), 63.79% (Italia), 77.77% (Francia), 69.31% (Regno Unito), 76.58% (Germania), 81.93% (Olanda).

confrontato con quello di Olanda e Austria, per entrambi i paesi costituisce un ulteriore tappa di un miglioramento rispetto ai loro minimi storici (elezioni del 2009 per la Germania e elezioni del 2001 per il Regno Unito).

#### *4.2 Le priorità dell'elettorato e la strategicità dei partiti*

Utilizzando le elaborazioni compiute dal Centro Italiano di Studi Elettorali (CISE) e *Issue Competition Comparative Project* (ICCP) (De Sio & Paparo, 2018; Angelucci, 2021; Improta et al., 2022) è possibile guardare alle singole elezioni ponendo l'attenzione sulle seguenti domande inerenti all'interazione tra domanda e offerta: quali sono le priorità degli elettori? Esiste un'agenda nazionale di *issues* su cui la maggioranza della cittadinanza è d'accordo? I partiti presentano un alto *yield* potenziale su queste tematiche? Si tratta, quindi, di temi spendibili in termini elettorali o invece sono domande inevase, che non trovano nessun rappresentante politico? Quali sono i partiti più strategici?

I dati legati alla Francia, per quanto riguarda la domanda politica, parlano dell'esistenza di una "agenda francese": sono identificabili nove *issues* con una fortissima caratterizzazione *valence* (il supporto è al cento per cento), e di queste ben otto sono considerate prioritarie da almeno il 75% dei rispondenti; non solo, delle 15 *issues* presentate come *positional*, 5 presentano un grado di supporto almeno superiore al 75%, rendendole quindi *semi-valence*. Guardando nel dettaglio l'agenda francese che va così definendosi, si ottiene un quadro particolare che vede una cittadinanza secolarizzata (79% favorevole alla legalizzazione dell'eutanasia) e con tendenze progressiste in economia (100% favorevole alla lotta alla disoccupazione, 75% favorevole alla riduzione delle diseguaglianze sociali), ma al tempo stesso incline al polo demarcazionista sulla dimensione culturale: sono entrambi temi *valence* contare di più in Europa e democratizzare le sue istituzioni, mentre sono divisivi i temi legati alla globalizzazione e all'immigrazione (73% vuole regole più restrittive sull'immigrazione, 78% vorrebbe bandito il velo negli spazi pubblici). Tenuto conto di ciò, due sono stati i candidati che hanno potuto godere di un vantaggio su temi con un alto *issue yield* e corrispondono ai due sfidanti al secondo turno: Macron sui temi *valence*, sfruttando l'alta credibilità specialmente sui temi europei legata al suo partito centrista e nuovo; Marine Le Pen

risulta invece la migliore sulle tematiche più divisive, specialmente legate all'immigrazione, potendo comunque fare affidamento su un alto *yield* anche sulle tematiche economiche tradizionalmente di sinistra.

Confrontando quanto detto finora con le misurazioni sulla strategicità dei candidati presentate nella Figura 2, notiamo come proprio Macron abbia un valore particolarmente basso se confrontato con il resto dei candidati, non avendo quindi sfruttato al meglio le opportunità di cui godeva. Meglio, anche se di poco, Marine Le Pen, che con un valore appena sopra lo 0.1 si lascia alle spalle i due leader dei due partiti *mainstream* francesi, Partito Socialista e Repubblicani. In generale è possibile notare come i candidati più forti e credibili si siano impegnati in strategie non particolarmente efficaci a differenza dei candidati minori, ad eccezione di Mélenchon che è riuscito a intercettare le istanze tradizionalmente di sinistra.

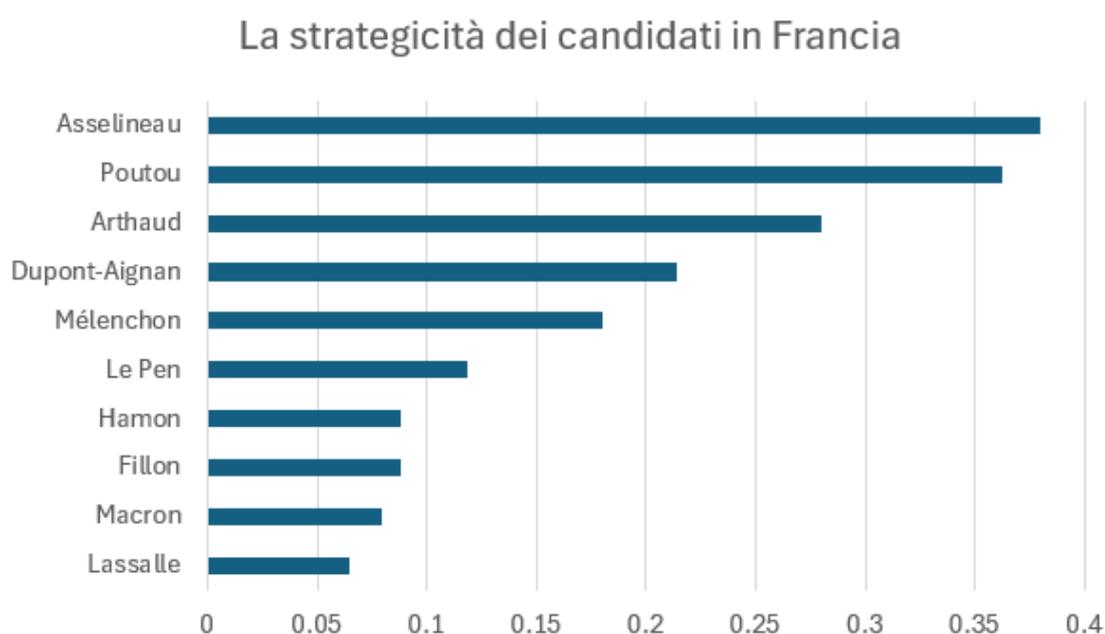


Figura 2

Nelle elezioni tedesche del 2021 è possibile cogliere molti elementi simili al contesto francese: un orientamento progressista in campo economico, specialmente riguardo aumento del salario minimo e tutela dell'occupazione, ma anche una forte componente demarcazionista in senso culturale. Entrambe le tipologie di *issues* hanno trovato dei partiti potenzialmente molto strategici: gli elementi conservatori in campo culturale sono presieduti da CDU e AfD, con quest'ultimo che in più ha potuto godere di un alto *yield* sulle tematiche di euroscetticismo. Si sono dimostrate essere, invece, particolarmente

strategiche per l'SPD le tematiche economiche, su cui presentava un alto *yield*, insieme anche a istanze pro integrazione europea.

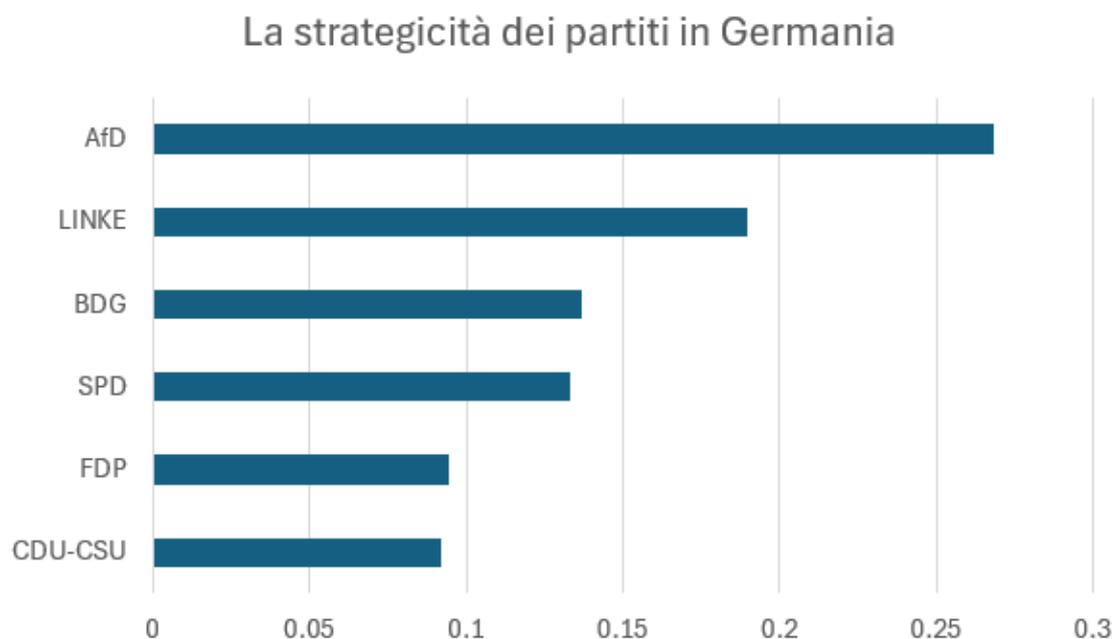


Figura 3

Confrontando i dati riportati nella Figura 3 possiamo affermare che le preoccupazioni prioritarie, economia e immigrazione, siano state adeguatamente sfruttate, specialmente sul lato delle tutele sociali ed economiche: AfD è stato il partito che meglio ha saputo sfruttare i temi su cui godeva di un alto *yield*, subito dopo troviamo i tre partiti di sinistra (Die Linke, Bündnis 90/Die Grünen e SPD) con punteggi tutti sopra allo 0.1.

Anche in Olanda è possibile individuare un'agenda economica progressista guardando ai temi con maggior consenso, ma al tempo stesso una culturalmente conservatrice per quanto riguarda le tematiche più divisive. A differenza dei due paesi sopra descritti, i rispondenti hanno attribuito alle tematiche culturali una priorità maggiore rispetto a quelle economiche, aprendo quindi la strada alla vittoria dei partiti di destra, che potevano godere di un alto *yield* a riguardo. È da tenere in considerazione che sui problemi legati all'economia, nonostante una tendenza progressista, non è possibile individuare nessuna *issue ownership*, neanche per i partiti di sinistra. Godono di un alto *yield* potenziale, invece, i due principali partiti di destra, PVV e VVD, entrambi orientati in una direzione culturalmente demarcazionista.

### La strategicità dei partiti in Olanda

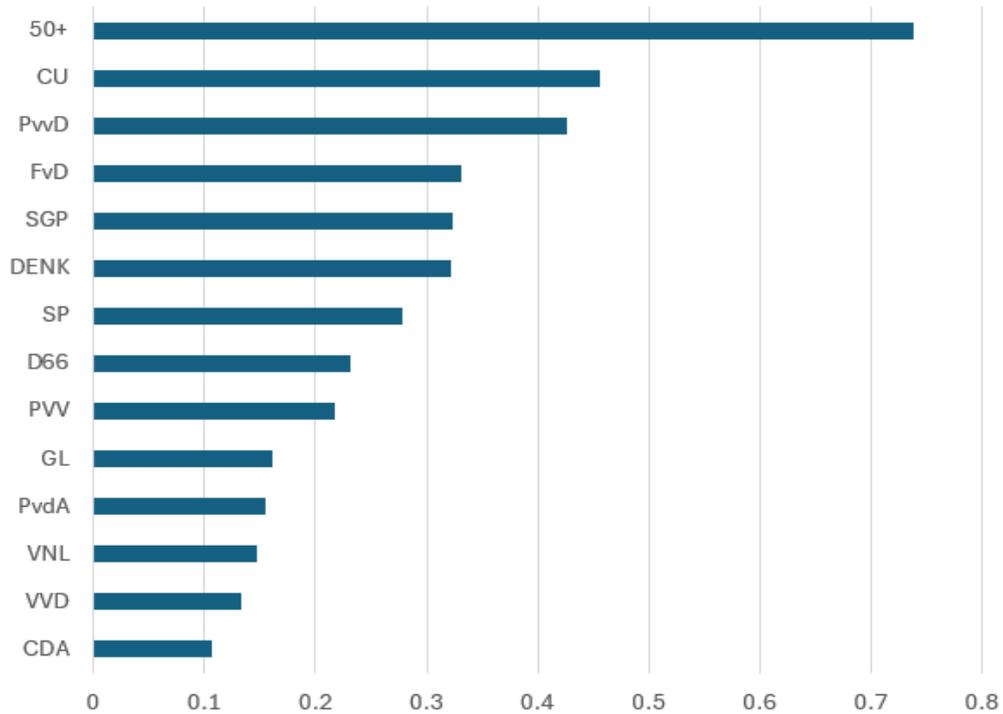


Figura 4

Osservando la Figura 4 possiamo notare come PVV e VVD, i due partiti che godevano di un alto *yield* sui temi prioritari, occupino le posizioni inferiori, questo non è però imputabile ad un loro basso livello di strategicità quanto ad un alto livello dei loro avversari: a differenza di Germania e Francia, nessun partito ha un valore inferiore allo 0.1 e anche i partiti di sinistra, nonostante scarsi incentivi, hanno comunque superato tutti lo 0.15.

Contesto non dissimile in Austria: prioritari sono temi *valence*, riguardanti preoccupazioni circa un welfare da migliorare e una maggiore sicurezza da implementare; muovendo verso i temi posizionali, questi sono dominati, in termini sia di alta priorità che di alto consenso, da posizioni conservatrici circa l'accoglienza e l'accesso a misure di tutela sociale degli immigrati.

Osserviamo la Figura 5: nonostante non si registrino valori particolarmente alti, occorre sottolineare come i tre attori principali, SPÖ, ÖVP e FPÖ, che presidiavano tutti le *issues*

## La strategicità dei partiti in Austria

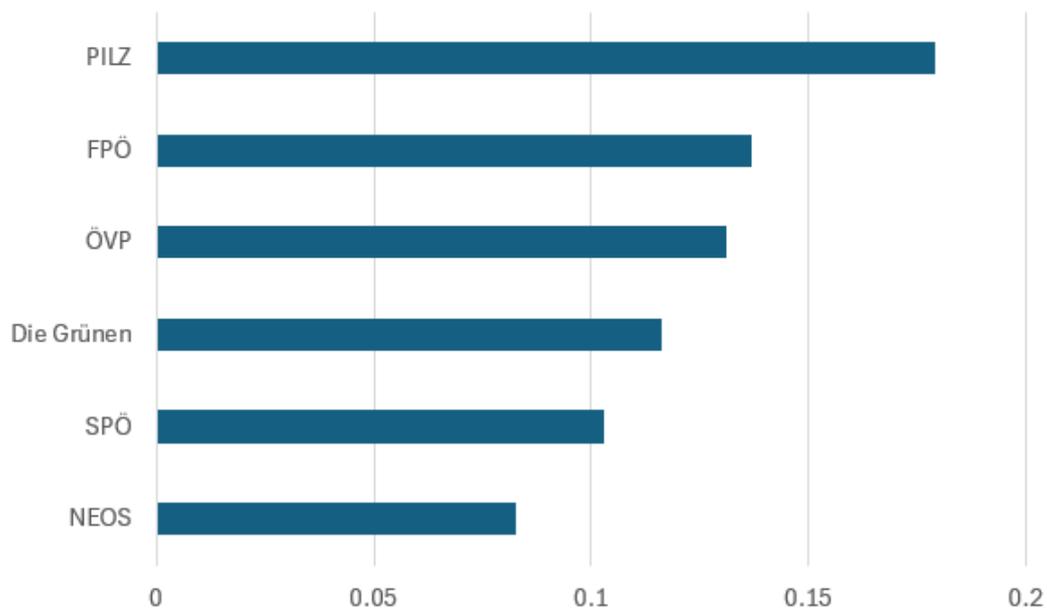
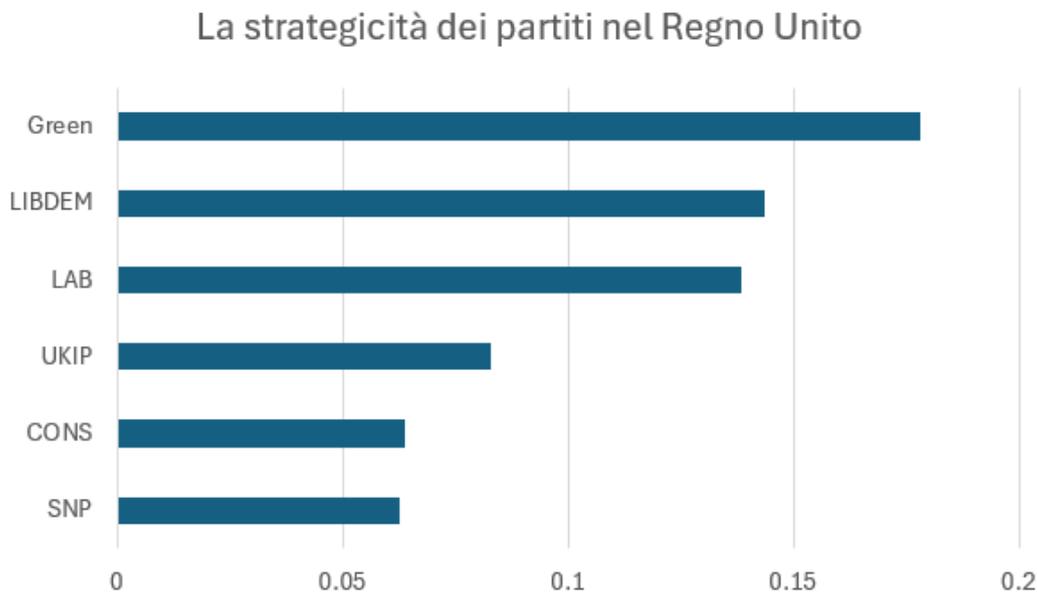


Figura 5

prioritarie, presentano tutti un valore superiore allo 0.1, segno che siano riusciti a intercettare le richieste degli elettori.

Guardando invece al Regno Unito, gli elettori ritengono nettamente prioritari obiettivi *valence* rispetto ai posizionali, ad eccezione dell'alta priorità assegnata all'Unione Europea (il 54% degli elettori vorrebbe che il Regno Unito esca dall'Unione Europea). Le *issues* con un'alta priorità sono ascrivibili alla linea di conflitto integrazione-demarcazione, con tematiche legate al mercato unico, alla Brexit e all'immigrazione. Tra le *positional issues* c'è una larga dominanza di temi economici con una spiccata tendenza verso posizioni più progressiste (due terzi degli elettori sarebbero favorevoli alla nazionalizzazione delle ferrovie). Per quanto concerne i partiti, nonostante tendenzialmente i partiti *mainstream* godono di maggiore credibilità sui temi imperativi, sia i Laburisti che i Conservatori risultano credibili anche su quelli divisivi: i due principali partiti britannici hanno saputo affrontare le trasformazioni contemporanee in modo più efficace rispetto ai loro omologhi europei, riuscendo a integrare nei propri programmi sia le preoccupazioni legate all'immigrazione e agli stranieri, sia le richieste di protezione economica e redistribuzione. Nel dettaglio il Partito Laburista è particolarmente competitivo sulle tradizionali tematiche economiche di sinistra, mentre i

Conservatori controllano le posizioni tipicamente demarcazioniste, come anti-Ue e anti-immigrazione.



*Figura 6*

La Figura 6 mostra che, nonostante gli alti potenziali, i livelli generali di strategicità sono particolarmente bassi, specialmente se confrontati con i paesi finora affrontati: da segnalare come i Conservatori abbiano di poco superato lo 0.05, totalizzando il livello più basso del campione, migliore solo al Partito Nazionale Scozzese (SNP) e ad un partito che avremo modo di citare a breve.

Guardiamo ora al caso delle elezioni italiane del 2022: a seguito di un calo dell'affluenza di 9 punti percentuali rispetto alle elezioni del 2018, solamente il 63.9% degli aventi diritto si è recato alle urne, il risultato peggiore mai registrato nella storia del Paese. Nel capitolo I è stato analizzato l'astensionismo dal punto di vista delle caratteristiche socio-demografiche e l'appartenenza regionale, ora occorre farlo guardando all'interazione tra domanda e offerta.

Lo studio condotto da Marco Improta et al. (2022) fornisce il quadro della domanda politica, indicando le *issues* a cui gli elettori sono maggiormente interessati, distinguendo quali di queste sono *valence* e quali invece divisive.

I primi dieci temi a cui gli italiani attribuiscono alta priorità sono imperativi, a prova del fatto che è possibile definire "un'agenda italiana condivisa": la priorità è garantire a cittadini e imprese prezzi sostenibili di gas e luce, su cui si afferma un consenso del

98.4%; seguono per salienza e grado di accordo, combattere la violenza sulle donne e i femminicidi e combattere la disoccupazione. Trova posto tra i primi dieci anche combattere il riscaldamento climatico, unico altro tema non economico insieme alla lotta contro la violenza sulle donne, il resto delle posizioni sono occupate da temi aventi a che fare con l'economica, tra questi: lotta all'evasione, all'inflazione, così come ridurre la povertà e le tasse sul lavoro, insieme anche a conseguire le riforme del Pnrr. Ciò che ne emerge è una domanda di sicurezza e stabilità economica.

Le indicazioni fornite dai temi imperativi trovano conferma anche in quelli posizionali, confermando anche un ulteriore elemento di interesse: la tendenza generale dell'opinione pubblica è verso posizioni progressiste. Questo vale sia per le tematiche economiche – mantenere la progressività fiscale, introdurre il salario minimo, ridurre le disuguaglianze di reddito, nessuna tra queste ha un consenso inferiore al 78% - sia per quelle inerenti diritti civili e libertà - oltre l'80% dei rispondenti vorrebbe mantenere la possibilità di abortire così come legalizzare l'eutanasia nei casi di malattia incurabile.

Due soli argomenti smentiscono questa inclinazione: il 61% è favorevole all'abolizione del reddito di cittadinanza, strumento atto ad arginare il disagio sociale, e il 68.3% vorrebbe vedere ridotto il numero di immigrati che il paese riceve. Ciononostante, entrambi i temi sono in grado di dirci qualcosa di più se confrontati rispetto ai dati delle elezioni precedenti (Emanuele, Maggini & Paparo, 2019): alla luce delle elezioni del 2018, il numero di favorevoli all'introduzione del reddito equivaleva al 70% del campione, il crollo dei consensi sarebbe quindi imputabile, più che allo strumento stesso, alle modalità con le quali è stato implementato; per quanto riguarda l'immigrazione, le posizioni degli elettori hanno subito una leggera inversione di tendenza a sinistra, testimoniato dall'aumento del consenso su temi quali dare più facilmente la cittadinanza ai figli di immigrati nati e cresciuti in Italia e la diminuzione di persone che vorrebbero ridotto l'accesso degli immigrati ai servizi sociali.

Tenendo in considerazione quanto emerso finora, ci si figura un elettorato poco polarizzato, orientato verso obiettivi economici e tendenzialmente progressista. Questa trasversalità si ritrova anche osservando i dati sull'elettorato interno ai partiti. Un partito di destra come FdI, che vincerà poi le elezioni guidando la coalizione di centro-destra, presenta un alto *yield* – guadagno di nuovi elettori insieme a scarso grado di divisione

interna - sulle tematiche legate all'immigrazione, ma anche su altre *issues* tipicamente progressiste, come salario minimo e legalizzazione dell'eutanasia. Le stesse considerazioni valgono anche per gli altri partiti: tutti i temi dell'agenda condivisa si traducono in una *issue* ad alto rendimento per almeno un partito, con le posizioni degli elettori dei vari partiti che spesso si sovrappongono tra di loro.

Domanda e offerta sembrano fin qui combaciare, ma è necessario aggiungere un elemento: essendo molti dei temi più salienti dei temi *valence*, o *semi-valence*, la competizione attorno ad essi si articola sulla credibilità dei partiti ed è lì che il rapporto tra domanda e offerta politica si incrina.

Condizionando la domanda politica all'offerta politica, quindi aggiungendo al calcolo dello *issue yield* misure sulla credibilità dei partiti, il risultato apre a considerazioni negative circa la rappresentatività del nostro sistema partitico: la maggior parte dei temi facenti parte dell'agenda condivisa degli italiani scompare, o meglio, non trova nessun partito credibile. A farne le spese sono soprattutto le posizioni progressiste, rimangono inevase le domande di maggiore tutela sociale come la lotta alla disoccupazione, così come non trova un partito la legalizzazione dell'eutanasia. Ne deriva che il sistema partitico italiano applica una selezione delle domande che favorisce le posizioni divisive e particolarmente culturali, generando una polarizzazione indotta nell'elettorato. Se un sistema è rappresentativo quando l'offerta politica va incontro alla domanda, nel caso delle elezioni italiane questo è successo solo in parte: la domanda è stata costretta ad una polarizzazione forzata da un sistema partitico non considerato credibile di realizzare gran parte dei problemi più salienti (De Sio, Maggini & Mannoni, 2024).

Vediamo allora la Figura 7: il grafico è spaccato in due, nella parte superiore osserviamo i partiti di destra/centro-destra, in quella inferiore tutti i partiti di sinistra/centro-sinistra, confermando che le istanze più progressiste non siano state rappresentate in modo efficace. Da segnalare come Alleanza Verdi-Sinistra presenti il dato peggiore del campione.



*Figura 7*

#### *4.3 Strategicità e rimobilitazione elettorale, una forte correlazione*

Abbiamo finora notato che i paesi con una maggiore affluenza alle urne, gli stessi che hanno registrato il migliore aumento inter-elettorale, Austria e Olanda, sono gli stessi paesi i cui partiti più forti e credibili, sia a destra che a sinistra, sono riusciti a sfruttare in campagna elettorale i temi ad alto *yield* potenziale, conseguendo buoni livelli di strategicità. Al contrario, nel paese peggiore, in Italia, i partiti di sinistra sono stati incapaci di sfruttare le istanze progressiste, raggiungendo bassi livelli di strategicità.

Ma in che modo le strategie dei partiti possono rimobilitare gli elettori? Ci sono partiti meglio attrezzati a questo scopo?

I risultati della nostra analisi (Tabella 1) confermano la correlazione tra strategicità e rimobilitazione elettorale.

	Modello 1	Modello 2	Modello 3	Modello 4
Strategicità	2.508*** (0.00991)	2.752*** (0.0103)	2.709*** (0.0103)	2.468*** (0.0109)
Austria		0 (.)	0 (.)	0 (.)
Germania		-0.0138*** (0.00351)	-0.000416 (0.00352)	-0.00599 (0.00345)
Francia		0.0587*** (0.00343)	0.0669*** (0.00342)	0.0566*** (0.00336)
Italia		0.0254*** (0.00304)	0.0550*** (0.00309)	0.0221*** (0.00308)
Paesi Bassi		-0.186*** (0.00355)	-0.167*** (0.00356)	-0.141*** (0.00352)
Regno Unito		0.0820*** (0.00389)	0.120*** (0.00396)	0.149*** (0.00392)
Età			0.000275*** (0.0000708)	0.000125 (0.0000695)
Istruzione			0.0487*** (0.00138)	0.0530*** (0.00135)
Genere (1=Donna)			-0.0461*** (0.00202)	-0.0379*** (0.00199)
Sinistra- Destra			-0.00816*** (0.000456)	-0.0105*** (0.000449)
Populismo (1=Partito populista)				0.145*** (0.00241)
Intercetta		0.444*** (0.00239)	0.394*** (0.00626)	0.387*** (0.00615)
<i>N</i>	95693	95693	94426	94426
<i>R</i> <sup>2</sup>	0.401	0.436	0.448	0.469

Standard errors in parentheses

\*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$

Tabella 1

Il Modello 1 presenta esclusivamente la correlazione tra “Strategicità” e “vote switch” (dall’astensione al voto per un partito), questa risulta altamente significativa con un coefficiente pari a 2.508 e un  $R^2$  pari a 0.401, già molto alto considerando la semplicità del modello. Nel passaggio al secondo modello, comprendente anche effetti fissi per paese, sia il coefficiente della correlazione che l’ $R^2$  aumentano, raggiungendo il valore di 2.752 (conservando un’alta significatività) il primo e di 0.436 il secondo. Passando al Modello 3, comprendente come variabili di controllo l’età, il sesso, l’istruzione e l’auto-collocazione sull’asse sinistra-destra, il coefficiente della correlazione, pur diminuendo leggermente (2.709), è ancora altamente significativo e la varianza spiegata aumenta arrivando allo 0.448, certificando la forza della correlazione.

Osservando il valore del coefficiente di correlazione delle nostre variabili principali e il valore del coefficiente di determinazione prima e dopo l’aggiunta dei controlli, notiamo che: il coefficiente di correlazione tra “Strategicità” e “vote switch” è soggetto a variazioni minime, l’effetto è quindi stabile e non mediato significativamente da altre variabili; l’aumento contenuto di  $R^2$  suggerisce che le variabili di controllo contribuiscano in modo solo marginale a spiegare la variabilità del fenomeno che ci interessa spiegare. Si può quindi affermare che la nostra variabile indipendente principale “Strategicità” è robusta e autonoma e contribuisce in misura predominante alla spiegazione del fenomeno della rimobilitazione.

L’ipotesi  $H1$  è largamente confermata: la strategicità dei partiti è un forte predittore della rimobilitazione elettorale dall’astensionismo. Essendo la strategicità costruita sull’enfasi della campagna elettorale di un partito su quei temi che meglio gli permettono di rivolgersi all’elettorato tutto così come a confermare il sostegno che già si possiede, si può affermare che l’astensionismo sia almeno in parte dovuto all’incapacità del sistema partitico di rispondere alle preoccupazioni della cittadinanza e di porsi come credibili policymakers a riguardo.

Per verificare la seconda ipotesi, il Modello 4 aggiunge la variabile dummy “Populismo”: la correlazione tra questa e il “vote switch”, pari a 0.145, ha valore positivo con un’alta significatività, indice del fatto che i partiti populistici hanno in media rimobilitato di più rispetto ai partiti non populistici. Inoltre, anche con l’aggiunta della variabile “Populismo”, non viene messa in discussione la robustezza e autonomia della variabile “Strategicità”.

Anche l'ipotesi *H2* è confermata: i partiti populistici possiedono una capacità di riportare al voto chi aveva scelto l'astensione alle elezioni precedenti migliore rispetto ai partiti non populistici. Gli elementi in nostro possesso non permettono di dare pareri definitivi sul ruolo che i partiti populistici possano giocare nel riavvicinare partiti e istituzioni alla cittadinanza, ciononostante è possibile trarne delle utili indicazioni: se, come suggeriscono i risultati, i partiti populistici vengono considerati un'alternativa al non voto migliore rispetto ai partiti *mainstream*, è probabile che senza questi nuovi partiti l'astensionismo sarebbe cresciuto con intensità e velocità maggiori.

Tornando al caso italiano, la correlazione tra rimobilitazione elettorale e strategicità è visibile attraverso i flussi elettorali (Angelucci, De Sio & Paparo, 2023). La Figura 8 mostra le destinazioni di voto degli elettori che si erano astenuti alle elezioni del 2018, in altre parole i rimobilitati.

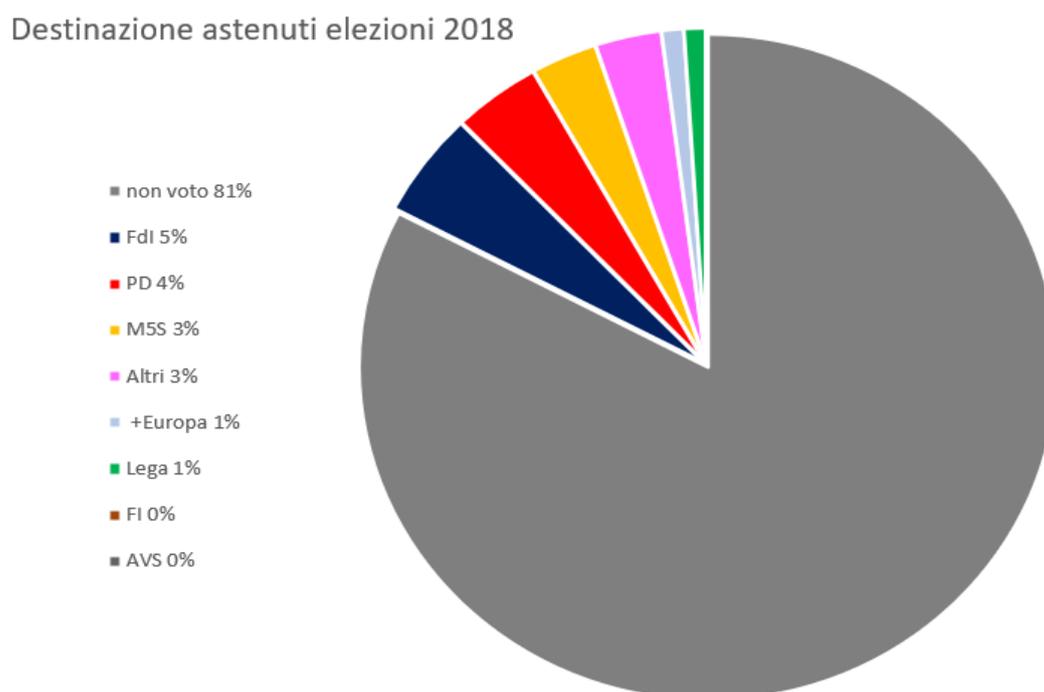


Figura 8

Notiamo subito come i partiti italiani siano scarsamente riusciti ad andare incontro alle esigenze di chi non aveva votato alle elezioni del 2018, riuscendo a rimobilitare solo il 19% degli astenuti totali. Di questi, Fratelli d'Italia è stato il partito più apprezzato (5%),

secondi Partito Democratico (4%) e Movimento 5 Stelle (3%). Se confrontiamo questo dato con i precedenti, notiamo come le differenze molto alte di strategicità vengono qui assottigliate, segno del fatto che una migliore strategia da parte di PD e M5S avrebbe potuto riportare al voto più elettori. Se guardiamo ai flussi di voto della città di Napoli (Improta et al., 2022), dove *issues* legate ad una maggiore tutela economica e sociale tipicamente di sinistra registrano livelli di priorità maggiori rispetto alla media nazionale, il Movimento 5 Stelle è stato l'unico partito ad attrarre il voto di chi si era astenuto alle precedenti elezioni: se a livello nazionale il Movimento 5 Stelle è stato votato solo dal 3% di chi si era astenuto alle elezioni del 2018, il valore sale al 16% nella città di Napoli.

Sotto un altro punto di vista, il partito che ha rimobilitato più di tutti, FdI, è anche l'unico dei partiti considerati populistici in Italia a non essere mai stato al governo (prima del 2022). Il Movimento 5 Stelle è attraversato da una trasformazione che non lo vede più come quel partito trasversale e antisistema che aveva spaccato il bipolarismo nel 2013, ma ha assunto, specialmente a seguito del governo Conte II, una connotazione prevalentemente di partito di sinistra, confermato dalla grande quantità di elettori di destra che si sono spostati dal Movimento per votare il partito di Meloni. La Lega paga gli errori che portarono alla fine anticipata del suo governo così come la crescita di un nuovo leader coalizionale nel centro-destra. Rimanendo da questa parte dello spettro politico, unico partito non populista del centro-destra, Forza Italia, nonostante presenti il valore di strategicità più alto in Italia, ha rimobilitato lo 0% degli elettori: rimanendo sicuri della validità della nostra analisi, è opportuno considerare che il partito che fu di Berlusconi era attraversato (in parte lo è ancora) da un momento di grossa crisi, sia elettorale che identitaria, e similmente per quanto affermato per la Lega ha sofferto la competizione di Fratelli d'Italia all'interno del centro-destra. La strategia di Berlusconi di creare uno schieramento che vedesse insieme partiti diversi, anche in competizione tra loro, ma uniti nell'opposizione alla sinistra, si è riconfermata anche nel 2022. Ma in questa occasione il leader della coalizione non era Forza Italia (come già successo nel 2018), e neanche la Lega, ma Fratelli d'Italia, che ha visto incrementare il suo bacino elettorale dal 4.4% al 26% soprattutto attirando voti dai suoi due alleati di coalizione. È possibile, quindi, che il potenziale rimobilitante sia di Lega che di Forza Italia sia stato assorbito dal partito di Meloni, considerato più meritevole di voto essendo il nuovo volto del centro-destra.



## Conclusioni

L'interrogativo che ha guidato la realizzazione di questa trattazione era il seguente: l'aumento dell'astensionismo è un processo irreversibile o è invece possibile intervenire per mitigarlo e interromperlo?

Nel capitolo I è emerso che il valore dell'affluenza alle urne, a partire dagli anni ottanta del novecento, è soggetto ad una considerevole riduzione, fenomeno che interessa particolarmente l'Europa. Inoltre, abbiamo riportato studi che dimostrano che l'astensionismo è un fenomeno che colpisce precisi segmenti della società: abbiamo evidenziato l'esistenza di "gap di partecipazione" che vedono recarsi alle urne con una minore probabilità gli elettori più giovani, gli elettori meno istruiti e quelli che vivono una condizione di vulnerabilità economica e sociale. La minore partecipazione di questi gruppi si rispecchia nelle istituzioni, le cui politiche presentano un sempre minore grado di "congruence": le istanze dei soggetti che non partecipano alle elezioni non trovano l'interesse dei governi e di conseguenza non vengono adeguatamente rappresentate.

L'aumento dell'astensionismo è un tema che interessa la rappresentatività di un sistema, mina quindi le fondamenta esistenziali dei sistemi democratici. Se i soggetti incaricati di porsi da intermediari tra istituzioni e cittadinanza, i titolari della funzione di rappresentanza degli interessi, sono i partiti politici, allora è su di loro che è utile spostare l'attenzione. A riguardo, sempre nella prima parte della trattazione, è emersa una serie di elementi che hanno suggerito che la riduzione dell'affluenza all'urne sia un fenomeno in parte riconducibile all'azione – o all'inazione – dei partiti: abbiamo portato evidenze che dimostrano che i "gap di partecipazione" si riducono in corrispondenza di una efficace azione mobilitante dei partiti, quando questi riescono a porsi nei confronti di quei soggetti più propensi all'astensione come dei validi rappresentanti.

La seconda parte della trattazione è stata dedicata all'evoluzione storica del rapporto partiti-elettori e dell'interazione tra domanda e offerta politica, ricercando i fattori che possono aver influito sull'astensionismo. Abbiamo evidenziato due fasi: la prima, definita "l'età dell'oro delle identità politiche", è stata caratterizzata da un'intensa attività di mobilitazione dei partiti, impegnati nella creazione di un legame identitario-affettivo con

l'elettorato; la seconda fase invece, il cui inizio coincide con il calo di affluenza alle urne, è stata definita "il libero mercato degli elettori". I partiti si trasformano, passando da attori ideologici a "cacciatori di voti", e l'oggetto della competizione elettorale diventano le *issues*.

Non solo i partiti ma anche gli elettori sono cambiati nel passaggio alla seconda fase: le trasformazioni imposte dalla modernità, come i mutamenti del mondo del lavoro e il libero accesso alle informazioni, hanno favorito la nascita di elettori più consapevoli nel definire le proprie necessità e più autonomi nel giudizio degli attori politici. Un ritorno alla politica ideologica-identitaria, a cui si associava una grande partecipazione, sarebbe quindi impossibile – non che sia da noi auspicata.

L'obiettivo del nostro studio era quindi ricercare una possibile soluzione all'aumento dell'astensionismo dato il contesto politico attuale, definito *issue politics*. Nello specifico abbiamo cercato di capire se ed in che misura i partiti possano riportare gli elettori dall'astensione al voto. A seguito dei nostri risultati è possibile affermare che la "strategicità", variabile già sviluppata nel quadro della teoria dello *issue yield*, può ricoprire questa funzione. La forte correlazione, significativa e robusta, dimostrata tra strategicità e rimobilitazione elettorale è utile per più motivi: un partito politico che aspiri a massimizzare i voti per vincere le elezioni può agire sulla sua strategicità per accedere al bacino elettorale degli astenuti e ottenere così un vantaggio rispetto ai suoi avversari; la strategicità costituisce una variabile altamente esplicativa che può affiancarsi ai modelli già esistenti nello spiegare i comportamenti elettorali legati all'astensione; l'aumento dell'astensionismo è un processo reversibile sul quale i partiti possono in parte intervenire migliorando la loro strategicità.

In base ai dati raccolti è impossibile dire se l'affluenza alle urne possa ritornare ai valori registrati durante "l'età dell'oro delle identità politiche", ma ci sono gli elementi per affermare che i partiti possano impedire che l'astensione aumenti ulteriormente: se i partiti saranno in grado di valorizzare la propria *agency*, seguendo le evoluzioni delle preferenze degli elettori, potranno in parte riportare al voto chi si era allontanato dalle urne.

Questo è confermato da un ulteriore risultato ottenuto: i nuovi partiti populistici hanno mostrato una maggiore capacità di rimobilitazione degli astenuti. Questi sono partiti che

si fanno portavoce di istanze emerse nel dibattito pubblico di recente, segno del fatto che l'offerta politica è in grado di cambiare in relazione alle mutazioni della domanda.

In conclusione, lo studio effettuato si presta ad ulteriori indagini. Essendo l'astensionismo il risultato aggregato di guadagni e perdite nei confronti del non voto, i risultati ottenuti possono essere integrati testando la correlazione tra la strategicità e la smobilitazione elettorale. Questo permetterebbe di arricchire il quadro già presente in letteratura sulle cause del non voto. Inoltre, sarebbe utile ad approfondire la relazione tra strategicità e astensione confrontare le variazioni di strategicità dei partiti e di affluenza inter-elettorali.

Va ricordato che lo studio condotto è limitato a sei elezioni – di cui solo quella svolta in Italia è tra le più recenti - in sei paesi europei: la stessa analisi può essere riproposta integrando dati su elezioni più recenti ed estendendo il campo di analisi ad altri paesi, sia europei che non.

Infine, sarebbe interessante studiare la correlazione tra rimobilitazione elettorale e strategicità in un'elezione considerata di secondo ordine come le elezioni del Parlamento Europeo. Questo permetterebbe di offrire un ulteriore elemento al dibattito circa la democraticità delle istituzioni dell'Unione Europea.

Concludendo, con il dovuto rispetto per l'autore e con una punta d'ironia, è possibile apportare una piccola modifica alle parole di Gaetano Salvemini citate nell'introduzione: l'elettore, se è contento, riconferma chi ha già votato, se è malcontento, vota il più strategico.



# Bibliografia

- Adams, J., Clark, M., Ezrow, L., & Glasgow, G. (2006). Are niche parties fundamentally different from mainstream parties? The causes and the electoral consequences of Western European parties' policy shifts, 1976–1998. *American Journal of Political Science*, 50(3), 513-529.
- Adams, J., Dow, J., & Merrill, S. (2006). The political consequences of alienation-based and indifference-based voter abstention: Applications to presidential elections. *Political Behavior*, 28, 65-86.
- Angelucci, D. (2021). Stavolta è l'economia. I temi che hanno deciso le elezioni in Germania. <https://cise.luiss.it/2021/10/03/stavolta-e-leconomia-i-temi-che-hanno-deciso-le-elezioni-in-germania/>
- Angelucci, D. (2024). Increasingly unequal. Electoral participation and political inequalities in a context of decreasing unionization in Italy (1983-2018). *Italian Journal of Electoral Studies*, 87 (1), 3–17.
- Angelucci, D., Carrieri, L., & Improta, M. (2025). 'No Participation Without Representation': The Impact of Descriptive and Substantive Representation on the Age-Related Turnout Gap. *Political Studies*, 73(1), 126-148.
- Angelucci, D., De Sio, L., & Paparo, A. (2023). Un Polo Solo, al Comando: I Risultati Elettorali e i Flussi di Voto. In *Un polo solo. Le elezioni politiche del 2022* (pp. 139-174). Il Mulino.
- Angelucci, D., De Sio, L., & Paparo, A. (2023). Un Polo Solo, al Comando: I Risultati Elettorali e i Flussi di Voto. In *Un polo solo. Le elezioni politiche del 2022* (pp. 139-174). Il Mulino.
- Angelucci, D., Improta, M., Lachat, R., & Vittori, D. (2024). Time will tear us apart: European electoral participation dynamics in longitudinal perspective. *Electoral Studies*, 90, 102819.
- Angelucci, D., Trastulli, F., & Tuorto, D. (2024). Cronaca di una morte annunciata. La partecipazione elettorale in Italia, 2022. In *Un polo solo: Le elezioni politiche del 2022* (pp. 107-138). Il Mulino.
- Ansolabehere, S., & Iyengar, S. (1994). Riding the wave and claiming ownership over issues: The joint effects of advertising and news coverage in campaigns. *Public opinion quarterly*, 58(3), 335-357.

- Bakker, R., De Vries, C., Edwards, E., Hooghe, L., Jolly, S., Marks, G., ... & Vachudova, M. A. (2015). Measuring party positions in Europe: The Chapel Hill expert survey trend file, 1999–2010. *Party Politics*, 21(1), 143-152.
- Bartolini, S., Mair, P. (1990). *Identity, Competition, and Electoral Availability: The Stabilisation of European Electorates 1885-1985*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Beauregard K. (2014). Gender, political participation and electoral systems: a cross-national analysis. *European Journal of Political Research* 53(3), 617–634.
- Bellucci, P. (2007). Valori politici e scelte di voto. In *Gli italiani e la politica*. il Mulino.
- Blais, A. (2006). What affects voter turnout? *Annual Review of Political Science*, 9, 111–125.
- Blais, A., & Dassonneville, R. (2020). Political Equality and Turnout. *The Oxford handbook of political representation in liberal democracies*, 396.
- Blais, A., & Rubenson, D. (2013). The source of turnout decline: New values or new contexts?. *Comparative Political Studies*, 46(1), 95-117.
- Bobbio, N. (2023). *Destra e sinistra: ragioni e significati di una distinzione politica*. Donzelli Editore.
- Budge, I., & Farlie, D. J. (1983). *Explaining and predicting elections: Issue effects and party strategies in twenty-three democracies*. Routledge.
- Budge, I., Robertson, D., & Hearl, D. (Eds.). (1987). *Ideology, strategy and party change: spatial analyses of post-war election programmes in 19 democracies*. Cambridge University Press.
- Campbell, A., Gurin, G., and Miller, W. (1954). *The Voter Decides*. Evanston, IL: Row and Peterson.
- Canovan, M. (1999). Trust the people! Populism and the two faces of democracy. *Political studies*, 47(1), 2-16.
- Carmines, E. G., & Stimson, J. A. (1980). The two faces of issue voting. *American Political Science Review*, 74(1), 78-91.
- Cutler, N. E., & Bengtson, V. L. (1974). Age and political alienation: maturation, generation and period effects. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 415(1), 160-175.
- D'Alimonte, R., De Sio, L., & Franklin, M. N. (2020). From issues to goals: a novel conceptualisation, measurement and research design for comprehensive analysis of electoral competition. *West European Politics*, 43(3), 518-542.
- Dalton, R. J. (1984). Cognitive mobilization and partisan dealignment in advanced industrial democracies. *The journal of politics*, 46(1), 264-284.

- Dalton, R. J. (2007). *The good citizen: How a younger generation is reshaping American politics*. Washington, DC: CQ Press.
- Dassonneville, R., & Hooghe, M. (2017). Voter turnout decline and stratification: Quasi-experimental and comparative evidence of a growing educational gap. *Politics, 37*(2), 184-200.
- De Sio, L., & Lachat, R. (2020). Making sense of party strategy innovation: challenge to ideology and conflict-mobilisation as dimensions of party competition. *West European Politics, 43*(3), 688-719.
- De Sio, L., & Paparo, A. (2018). *The year of challengers? Issues, public opinion, and elections in Western Europe in 2017* (pp. 1–210). Luiss Guido Carli, CISE – Centro Italiano Studi Elettorali.
- De Sio, L., & Weber, T. (2014). Issue yield: A model of party strategy in multidimensional space. *American Political Science Review, 108*(4), 870-885.
- De Sio, L., & Weber, T. (2020). Issue yield, campaign communication, and electoral performance: a six-country comparative analysis. *West European Politics, 43*(3), 720-745.
- De Sio, L., Franklin, M. N., & Weber, T. (2016). The risks and opportunities of Europe: How issue yield explains (non-) reactions to the financial crisis. *Electoral Studies, 44*, 483-491.
- De Sio, L., Maggini, N., & Mannoni, E. (2024). Al cuore della rappresentanza. I temi in discussione, tra domanda dell'elettorato e offerta dei partiti. In *Un polo solo. Le elezioni politiche del 2022* (pp. 47-76). Il Mulino.
- De Vries, C. E., & Hobolt, S. B. (2012). When dimensions collide: The electoral success of issue entrepreneurs. *European Union Politics, 13*(2), 246-268.
- Delwit, P. (2013). The end of voters in Europe? Electoral turnout in Europe since WWII. *Open Journal of Political Science, 3*(1), 44-52.
- Downs, A. (1957). *An economic theory of democracy*. Harper and Row, 28.
- Emanuele, V., Maggini, N., & Paparo, A. (2019). Un'opinione pubblica di sinistra sull'economia e di destra sull'immigrazione: il terreno ideale per partiti post-ideologici?. In *Il voto del cambiamento: Le elezioni politiche del 2018* (pp. 61-80). Il Mulino.
- Eurostat. (31 ottobre, 2014). *Euro area unemployment rate at 11.5%*. European Commission Press Corner. (accesso libero) [29/05/2025].
- Ezrow, L., De Vries, C., Steenbergen, M., & Edwards, E. (2011). Mean voter representation and partisan constituency representation: Do parties respond to the mean voter position or to their supporters?. *Party Politics, 17*(3), 275-301.
- Fiorina, M. P. (2002). Parties and partisanship: A 40-year retrospective. *Political Behavior, 24*, 93-115.

- Fiorina, M. P., & Abrams, S. J. (2008). Political polarization in the American public. *Annu. Rev. Polit. Sci.*, 11(1), 563-588.
- Frank, R. W., & Martínez i Coma, F. (2023). Correlates of voter turnout. *Political behavior*, 45(2), 607-633.
- Franklin, M. N., Lyons, P., & Marsh, M. (2004). Generational basis of turnout decline in established democracies. *Acta Politica*, 39, 115-151.
- Fuchs, D., & Klingemann, H. D. (1989). Function, Structure and Contents of the Left-Right-Schema. *Continuities in Political Action: A Longitudinal Study of Political Orientations in Three Western Democracies*, Berlin.
- Fumagalli, E., & Narciso, G. (2012). Political institutions, voter turnout, and policy outcomes. *European Journal of Political Economy*, 28(2), 162-173.
- Gallego, A. (2015). *Unequal political participation worldwide*. Cambridge University Press.
- Gerber, A. S., & Rogers, T. (2009). Descriptive social norms and motivation to vote: Everybody's voting and so should you. *The Journal of Politics*, 71(1), 178-191.
- Geys, B. (2006). Explaining voter turnout: A review of aggregate-level research. *Electoral studies*, 25(4), 637-663.
- Haas, E. B. (1958). *The uniting of Europe*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Hernández, E. (2018). Democratic discontent and support for mainstream and challenger parties: Democratic protest voting. *European Union Politics*, 19(3), 458-480.
- Hobolt, S. B., & De Vries, C. E. (2015). Issue entrepreneurship and multiparty competition. *Comparative Political Studies*, 48(9), 1159-1185.
- Hobolt, S. B., & Tilley, J. (2018). Fleeing the centre: the rise of challenger parties in the aftermath of the euro crisis. In *Europe's Union in Crisis* (pp. 57-77). Routledge.
- Hooghe, L., & Marks, G. (2018). Cleavage theory meets Europe's crises: Lipset, Rokkan, and the transnational cleavage. *Journal of European public policy*, 25(1), 109-135.
- Hooghe, L., Marks, G., & Wilson, C. J. (2002). Does left/right structure party positions on European integration?. *Comparative political studies*, 35(8), 965-989.
- [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/stat\\_14\\_166](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/stat_14_166)
- Huntington, S.P. (1991). *The Third Wave: Democratization in the Late Twentieth Century*, Norman, University of Oklahoma Press.
- Improta, M., Mannoni, E., Marcellino, C., & Trastulli, F. E. (2022). Voters, issues, and party loyalty: The 2022 Italian election under the magnifying glass. *Quaderni dell'Osservatorio elettorale—Italian Journal of Electoral Studies*, 85(2), 3-27.
- Inglehart, R. (1977). *The silent revolution: Changing values and political styles among Western publics*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

- Inglehart, R. (1990). *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton: Princeton University Press.
- Inglehart, R. (2015). *The silent revolution: Changing values and political styles among Western publics*. Princeton University Press.
- Inglehart, R., & Norris, P. (2003). *Rising tide: Gender equality and cultural change around the world*. Cambridge University Press.
- Itanes (2023). *Svolta a Destra? Cosa ci dice il voto del 2022*. Il Mulino.
- Iyengar, S., Sood, G., & Lelkes, Y. (2012). Affect, not ideology: A social identity perspective on polarization. *Public opinion quarterly*, 76(3), 405-431.
- Jankowski, T. B., & Strate, J. M. (1995). Modes of participation over the adult life span. *Political Behavior*, 17(1), 89-106.
- Katz, R. S., & Mair, P. (1995). Changing models of party organization and party democracy: the emergence of the cartel party. *Party politics*, 1(1), 5-28.
- Katz, R. S., & Mair, P. (2009). The cartel party thesis: A restatement. *Perspectives on politics*, 7(4), 753-766.
- Key, V. O. (1966). *The responsible electorate: Rationality in presidential voting 1936–1960*. Harvard University Press.
- Kirchheimer, O. (1966). The transformation of the Western European party systems. *Political parties and political development*, 6, 177-200.
- Kostelka, F., Blais, A., & Gidengil, E. (2019). Has the gender gap in voter turnout really disappeared?. *West European Politics*, 42(3), 437-463.
- Kreiss, D. (2016). Seizing the moment: The presidential campaigns' use of Twitter during the 2012 electoral cycle. *New media & society*, 18(8), 1473-1490.
- Kriesi, H. (1998). The transformation of cleavage politics The1997 Stein Rokkan lecture. *European journal of political research*, 33(2), 165-185.
- Kriesi, H. (2014). The populist challenge. *West European Politics*, 37(2), 361-378.
- Kriesi, H., Lavenex, S., Esser, F., Matthes, J., Bühlmann, M., Bochsler, D., ... & Matthes, J. (2013). Mediatization effects on political news, political actors, political decisions, and political audiences. *Democracy in the Age of Globalization and Mediatization*, 177-201.
- Lane, R. E. (1959). *Political life: Why people get involved in politics*. The Free Press of Glencoe.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1968). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. Columbia University Press.
- Lijphart, A. (1997). Unequal participation: Democracy's unresolved dilemma presidential address, American Political Science Association, 1996. *American political science review*, 91(1), 1-14.

- Lipset, S. M., & Rokkan, S. (1967). *Cleavage structures, party systems, and voter alignments: An introduction* (Vol. 2). New York: Free Press.
- Mair, P. (2000). Partyless democracy. *New Left Review*, 2, 21.
- Mayer, N. (2010). *Sociologie des comportements politiques*. Armand Colin.
- Meguid, B. M. (2005). Competition between unequals: The role of mainstream party strategy in niche party success. *American political science review*, 99(3), 347-359.
- Middendorp, C. P. (1978). *Progressiveness and Conservatism: The Fundamental Dimensions of Ideological Controversy and Their Relationship to Social Class*. Berlin: de Gruyter.
- Mill, J. S. (1958). *Considerations on Representative Government*. New York: Bobbs-Merrill, pagina 114.
- Mudde, C. (2004). The populist zeitgeist. *Government and opposition*, 39(4), 541-563.
- Mueller, D. C., & Stratmann, T. (2003). The economic effects of democratic participation. *Journal of public economics*, 87(9-10), 2129-2155.
- Pappas, T. S. (2014). Populist democracies: Post-authoritarian Greece and post-communist Hungary. *Government and Opposition*, 49(1), 1-23.
- Parmelee, J. H. (2013). Political journalists and Twitter: Influences on norms and practices. *Journal of Media Practice*, 14(4), 291-305.
- Pasquino, G. (2008). Populism and democracy. In *Twenty-first century populism: The spectre of Western European democracy* (pp. 15-29). London: Palgrave Macmillan UK.
- Persson, M., & Sundell, A. (2024). The rich have a slight edge: Evidence from comparative data on income-based inequality in policy congruence. *British Journal of Political Science*, 54(2), 514-525.
- Petrocik, J. R. (1996). Issue ownership in presidential elections, with a 1980 case study. *American journal of political science*, 825-850.
- Plutzer, E. (2002). Becoming a habitual voter: Inertia, resources, and growth in young adulthood. *American political science review*, 96(1), 41-56.
- Pomper, G. M. (1972). From confusion to clarity: issues and American voters, 1956-1968. *American Political Science Review*, 66(2), 415-428.
- Prior, M. (2005). News vs. entertainment: How increasing media choice widens gaps in political knowledge and turnout. *American journal of political science*, 49(3), 577-592.
- Przeworski, A., & Sprague, J. D. (1986). *Paper Stones: A History of Electoral Socialism*. Chicago: University of Chicago Press.
- Reiljan, A. (2020). 'Fear and loathing across party lines'(also) in Europe: Affective polarisation in European party systems. *European journal of political research*, 59(2), 376-396.

- Riker, W. H. (1982). *Liberalism against populism: A confrontation between the theory of democracy and the theory of social choice*. San Francisco: W.H. Freeman.
- Riker, W. H. (1986). *The Art of Political Manipulation*. New Haven: Yale University Press.
- Rooduijn, M., Pirro, A. L. P., Halikiopoulou, D., Froio, C., Van Kessel, S., De Lange, S. L., ... Taggart, P. (2024). The PopuList: A Database of Populist, Far-Left, and Far-Right Parties Using Expert-Informed Qualitative Comparative Classification (EiQCC). *British Journal of Political Science*, 54(3), 969–978.
- Rosenstone, S. J. (1982). Economic adversity and voter turnout. *American Journal of Political Science*, 25-46.
- Rosenstone, S.J., & Hansen, J.M. (1993). *Mobilization, Participation and Democracy in America*. MacMillan, New York, NJ.
- Rydgren, J. (2008). Immigration sceptics, xenophobes or racists? Radical right-wing voting in six West European countries. *European Journal of Political Research*, 47(6), 737-765.
- Salvemini, G. (1912/1962). *Sapienti ed analfabeti nel nuovo sistema elettorale*. In E. Apih (Ed.), *Il Mezzogiorno e la democrazia italiana. Volume I: Il ministro della mala vita e altri scritti sull'Italia giolittiana* (p. 261). Milano: Feltrinelli. (Articolo originale pubblicato in *L'Unità*, 4 maggio 1912).
- Schlozman, K. L., & Verba, S. (1979). *Injury to insult: Unemployment, class, and political response*. Harvard University Press.
- Schumacher, G., & Van Kersbergen, K. (2016). Do mainstream parties adapt to the welfare chauvinism of populist parties?. *Party Politics*, 22(3), 300-312.
- Sigel, R. S. (1979). *Participation and political equality. A seven-nation comparison*, by Sidney Verba and Norman H. Nie. *Political Science Quarterly*, 94(4), 724–726.
- Smets, K., & Van Ham, C. (2013). The embarrassment of riches? A meta-analysis of individual-level research on voter turnout. *Electoral studies*, 32(2), 344-359.
- Solijonov, A. (2016). *Voter Turnout Trends Around the World*. International IDEA, Stockholm;
- Solt, F. (2008). Economic inequality and democratic political engagement. *American journal of political science*, 52(1), 48-60.
- Stimson, J. A., MacKuen, M. B., & Erikson, R. S. (1995). Dynamic representation. *American political science review*, 89(3), 543-565.
- Stokes, D. E. (1963). Spatial models of party competition. *American political science review*, 57(2), 368-377.
- Teney, C., Lacewell, O. P., & De Wilde, P. (2014). Winners and losers of globalization in Europe: attitudes and ideologies. *European political science review*, 6(4), 575-595.

- Tingsten, H.L. (1937). *Political Behavior: Studies in Election Statistics*. London: P.S.
- Tuorto, D. (2024). *L'attimo fuggente: giovani e voto in Italia, tra continuità e cambiamento*. Il Mulino.
- Van der Eijk, C., Franklin, M., Mackie, T., & Valen, H. (1992). Cleavages, conflict resolution and democracy. *Electoral change: Responses to evolving social and attitudinal structures in western countries*, 406-431.
- Verba, S., Nie, N.H., (1972). *Participation in America. Political Democracy and Social Equality*. Harper & Row, New York.
- Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. E. (1995). *Voice and equality: Civic voluntarism in American politics*. Harvard University Press.
- Wagner, M. (2012). Defining and measuring niche parties. *Party Politics*, 18(6), 845-864.
- Wagner, M., & Meyer, T. M. (2014). Which issues do parties emphasise? Salience strategies and party organisation in multiparty systems. *West European Politics*, 37(5), 1019-1045.