

LONTANI DAL CENTRO: UN MODELLO PER L'ANALISI DEI NON LETTORI DEI QUOTIDIANI¹.

di Ferruccio Biolcati Rinaldi

Dicembre 1999. Paper non pubblicato. Una versione sintetica è stata pubblicata come: Biolcati Rinaldi F. (2000), "I non lettori dei quotidiani" in *Problemi dell'informazione*, v. XXV, n. 2, giugno, pp. 215-232, ISSN 0390-5195.

1. Introduzione

Quello degli italiani che non leggono i giornali è un tema che ricorre spesso nel dibattito pubblico del nostro paese. La percentuale di non lettori viene presa come esempio lampante dell'arretratezza culturale italiana rispetto agli altri paesi europei. A questa situazione si aggiunge il calo continuo delle vendite che si registra dall'inizio degli anni novanta, calo che genera intermittenti polemiche tra chi formula diverse risposte alle domande sul perché i giornali italiani siano 'brutti e noiosi' e come sia possibile migliorarli.

Il problema della non lettura dei quotidiani si presta però non soltanto ad analisi comparative o tipiche dell'approccio dei *media studies* ma anche a considerazioni più strettamente sociologiche. Tale fenomeno può infatti essere preso come caso per l'analisi delle diseguaglianze culturali che attraversano la società italiana. Scopo di questo contributo è quello di indagare con gli strumenti statistici propri della ricerca sociale i fattori strutturali che influiscono negativamente sul consumo dei giornali e a quali più ampi fenomeni sociali ciò sia associato. La nostra ipotesi di

¹ Ringrazio i Professori Hans Schadee e Carlo Buzzi per le preziose critiche e suggerimenti. Questo lavoro è una sintesi della tesi di laurea da me discussa presso la Facoltà di Sociologia di Trento di cui fu relatore il Prof. Renato Porro. Alla memoria di quest'ultimo l'articolo è dedicato.

partenza è che la non lettura dei quotidiani sia un tratto caratterizzante un ampio strato della popolazione marginale rispetto al sistema sociale e politico.

I dati da noi utilizzati derivano dalla ricerca *I consumi culturali in Italia in una prospettiva multimediale*, d'ora in poi semplicemente *Multimedia*, realizzata nel 1985 dal Dipartimento di Politica Sociale dell'Università di Trento in collaborazione con il Centro Studi AssAP (Associazione italiana Agenzie Pubblicità a servizio completo)². Pregio della ricerca è la varietà degli aspetti rilevati (consumi culturali di vari media, strutture valoriali, ambiti del vivere sociale come la politica e la religione, ecc.) che ci permette di analizzare i non lettori sotto molteplici punti di vista. È questo uno dei motivi principali per cui abbiamo deciso di utilizzare questi dati nonostante non siano dei più recenti. A nostro avviso essi sono tuttora validi in quanto i cambiamenti sociali del paese sul lato della domanda di informazione, e le trasformazioni nel paesaggio dell'editoria giornalistica per quanto riguarda l'offerta, non hanno innescato processi lineari di riduzione delle non lettura tali da rendere la situazione odierna non riconducibile a quella del 1985 (Murialdi, 1996).

Secondo la rilevazione ISEGI (1986) i non lettori, ovvero coloro che dichiarano di non aver letto alcun quotidiano ISEGI nell'ultima settimana, ammontavano nel 1985 al 33,3% della popolazione italiana. Se andiamo ad analizzare l'andamento di tale fenomeno si vede come dal 1985 per un decennio i lettori siano effettivamente aumentati con una sola brusca interruzione del trend positivo nel 1991. Questa tendenza si è però invertita a partire dal 1995, tant'è che nella rilevazione AUDIPRESS (1999) che si riferisce alla primavera dell'anno scorso la non lettura dei quotidiani ha superato i livelli del 1985 (35,2%)³.

² I risultati della ricerca, e il dibattito che ne è scaturito, sono apparsi in diversi contributi: Buzzi, 1986; Livolsi, 1987; Buzzi e Livolsi, 1987; Livolsi e Rositi, 1988; Schadee, 1989; Ricolfi, 1989; Livolsi, 1992.

³ Nel 1992 l'istituto ISEGI è confluito, insieme all'ISPI, nell'AUDIPRESS.

Il confronto fra le percentuali di non lettura del 1985 e del 1999 va preso con cautela. Non si possono infatti escludere mutamenti interni di composizione dei non lettori, anche se il confronto sui dati AUDIPRESS tra le percentuali di penetrazione delle principali variabili strutturali non mostra sostanziali differenze tra il 1999 e la situazione del 1985.

Ci troviamo quindi di fronte ad un fenomeno persistente, non destinato ad auto-estinguersi col passare del tempo per l'uscita di scena delle generazioni più anziane e meno istruite. I non lettori sembrano una sorta di zoccolo duro, che conosce fasi di espansione e contrazione, ma che costituisce una parte strutturale del sistema sociale italiano coi suoi risvolti in termini di non partecipazione politica e sociale che tenteremo adesso di delineare.

2. Definizione e caratteristiche strutturali dei non lettori

Ai fini del presente articolo adotteremo una semplice tipologia che dicotomizza tra lettori e non lettori⁴. Tale tipologia è una riduzione di una proposta di classificazione più articolata (Biolcati Rinaldi, 1998) che a sua volta costituisce una rielaborazione della tipologia avanzata dai ricercatori dell'indagine *Multimedia* (Livolsi, 1987; Buzzi e Livolsi, 1987; Buzzi, 1988a). Vengono considerati *non lettori* coloro che non hanno letto alcun quotidiano nel mese precedente la rilevazione e quegli individui che leggono il giornale solo qualche volta e per lo più dichiarano di sfogliarlo molto rapidamente. Questi ultimi potrebbero essere definiti lettori residuali in quanto per tali individui la lettura di un giornale è un'attività del tutto marginale. Viene invece considerato *lettore* chi legge il quotidiano regolarmente, spesso o abbastanza spesso e per un tempo di 10 minuti circa o più.

Applicando queste definizioni i non lettori ammontano al 17,6% del nostro campione mentre i lettori all'82,4%. Questa tipologia sottostima i non lettori e sovrastima i lettori: come accennato precedentemente si può dedurre da diverse fonti, tra cui in particolare ISEGI (1986), che nel periodo considerato il fenomeno della non lettura dei quotidiani interessasse un terzo

⁴ I casi dell'indagine – inizialmente 2596 poi ridotti a 2376 – sono stati selezionati utilizzando un metodo di campionamento stratificato e a quote. Per i problemi relativi alla definizione dei lettori dei quotidiani cfr. Livolsi e Rositi (1988), Bogart (1989).

della popolazione italiana⁵. Tale sottostima è dovuta al metodo di stratificazione del campione. In particolare Schadee (1989, p. 416) ha rilevato come borghesia, ceto medio impiegatizio e le persone con titolo di studio superiore siano sovrarappresentate nel campione rispetto alla popolazione italiana⁶. Bisogna comunque ricordare che questi problemi di quantificazione della non lettura non ne vanno ad intaccare in modo significativo lo studio in rapporto alle altre variabili (Schadee, 1989, p. 415).

Possiamo a questo punto incrociare la classificazione da noi proposta con le variabili strutturali tradizionalmente utilizzate: genere, età, istruzione, stato occupazionale, classe sociale, zona geografica di residenza, grandezza del comune e area socio-culturale⁷. Come già messo in evidenza da una serie di altri studi

⁵ È vero che la definizione di non lettori da noi utilizzata è diversa da quella AUDIPRESS. La frequenza di lettura è espressa in termini più soggettivi (regolarmente, spesso, abbastanza spesso, ...) di quanto non sia il numero dei giorni in cui si è letto un quotidiano nell'ultima settimana, inoltre si considera anche il tempo di lettura per tenere conto di quegli individui che si limitano allo sfoglio del giornale (cfr. Biolcati Rinaldi, 1998, pp. 62-67). Comunque anche applicando la definizione di non lettore utilizzata per i dati AUDIPRESS le cose non cambiano: gli individui del campione *Multimedia* che dichiarano di non avere letto alcun quotidiano nell'ultima settimana sono infatti il 16,1%.

⁶ Se confrontiamo la distribuzione del titolo di studio nel campione *Multimedia* con quella nella popolazione italiana così come risulta dal censimento nazionale del 1981 (ISTAT, 1989), si vede come il livello d'istruzione del nostro campione è decisamente traslato verso l'alto rispetto alla realtà nazionale: ad esempio i laureati nel campione *Multimedia* ammontano all'11,1% mentre secondo il censimento ISTAT non superano il 3,3%. Siccome vedremo che istruzione e classe sociale sono positivamente associate alla lettura, è in questi termini che si spiega la bassa percentuale di non lettori. Se infatti, dato che conosciamo la relazione tra istruzione e lettura dei quotidiani nel campione *Multimedia*, inferiamo la nostra tipologia dei lettori alla popolazione italiana sulla base dei dati del censimento ISTAT del 1981, si può stimare una percentuale di non lettori del 31,6%, dato sostanzialmente in linea con quello ISEGI e con altri analoghi.

⁷ Alcune delle variabili strutturali utilizzate necessitano di essere specificate. La *classe sociale*, sulla falsariga di Cobalti e Schizzerotto (1994) e di Schadee (1989, p. 416), è stata costruita sulla base della professione degli intervistati (per i pensionati e i disoccupati si è chiesto l'ultima professione svolta mentre per casalinghe, studenti e individui in cerca di prima occupazione si è utilizzata la professione del capofamiglia). Sei sono le classi sociali considerate: *Borghesia*: imprenditore, artista, benestante ...; *Ceto Medio Impiegatizio (CMI)*: insegnante, impiegato di concetto, religioso; *Piccola Borghesia Urbana (PBU)*: negoziante, artigiano con azienda, lavoratore in proprio, coadiuvante ...; *Classe Operaia*

(Capecchi e Livolsi, 1971; de Lillo e Livolsi, 1978; Buzzi e Livolsi, 1987; Buzzi, 1988b; Livolsi, 1994) si delinea una situazione molto distinta. La relazione lineare tra l'istruzione e la classe sociale con la lettura dei quotidiani è limpida⁸: la non lettura dei quotidiani è fortemente associata coi livelli educativi più bassi e con le classi contadine e popolari. Anche nel caso dello stato occupazionale il quadro che si delinea è abbastanza chiaro: la lettura dei giornali è tipica di quegli individui, lavoratori e studenti, che sono maggiormente inseriti nel sistema economico e sociale; disoccupati, ma soprattutto casalinghe e pensionati, sono ai margini di tale sistema così come della lettura dei quotidiani.

Per quanto riguarda genere ed età, gli uomini leggono più delle donne mentre giovani e anziani leggono meno degli individui di mezz'età. Anche le variabili territoriali si rivelano importanti nell'influenzare i comportamenti di lettura: i quotidiani vengono letti con minore frequenza nei piccoli paesi, nelle province socio-culturalmente povere, nel sud dell'Italia⁹.

Urbana (COU): operaio e assimilato (commesso, ...), impiegato esecutivo; *Piccola Borghesia Agricola (PBA)*: agricoltore conduttore; *Classe Operaia Agricola (COA)*: agricoltore dipendente o coadiuvante.

L'ampiezza centro si riferisce alla grandezza del centro di residenza dell'intervistato: grande (oltre i 200mila abitanti), medio (dai 30 ai 100mila abitanti), piccolo (fino a 10mila abitanti).

La variabile *area socio-culturale* classifica l'Italia in quattro diverse zone (d'ora in poi ci si riferirà ad esse con a1, a2, a3, a4) e deriva dalla proposta fatta da de Lillo e Livolsi (1978): questi autori ordinano le provincie italiane in quattro gruppi omogenei sulla base dei consumi culturali (più specificatamente della lettura dei quotidiani), dell'occupazione e della scolarità. La si può considerare una scala ordinale di sviluppo socio-economico.

⁸ L'inversione di pochi decimali percentuali che si verifica nella variabile istruzione tra le categorie 'Post Obbligo' e 'Diploma' si spiega con la forte lettura di quotidiani sportivi che caratterizza i maschi giovanissimi (15-20 anni) che per quanto riguarda il titolo di studio sono concentrati appunto nel 'Post Obbligo' (Biolcati Rinaldi, 1998).

⁹ La significatività del χ^2 di Pearson è 0,0 su tutte le variabili. Utilizzando il valore della stessa statistica come indice del grado di associazione tra le variabili strutturali e la lettura dei quotidiani, è possibile affermare che l'istruzione è la variabile più importante tra quelle considerate in rapporto al nostro oggetto di studio. Vi è poi un insieme di variabili di media importanza, ovvero lo stato occupazionale, la classe sociale, il genere, l'area socio-culturale (che delle variabili territoriali è la più importante) e la zona di residenza. Infine l'ampiezza del comune di residenza e l'età sono le variabili che presentano minore

Tabella 1
Lettori e non lettori di quotidiani per variabili strutturali
(percentuali di riga).

	<i>Non Lettore</i>	<i>Lettore</i>		<i>Non Lettore</i>	<i>Lettore</i>
Genere			Stato occupazionale		
Maschi	10	90	Lavoratore	13	87
Femmine	25	75	Lavoratore stud.	8	92
Età			Casalinga	34	66
15-20	17	83	Studente	13	87
21-34	14	86	Pensionato	23	77
35-54	16	84	Disoccupato	22	78
55 E Oltre	23	77	Cerca prima occupazione	15	85
Istruzione			Zona di residenza		
Non Obbligo	41	59	Nord	9	91
Obbligo	22	78	Centro	17	83
Post Obbligo	12	88	Sud	27	73
Diploma	13	87	Ampiezza centro		
Università	5	95	Grande	11	89
Classe sociale			Medio	17	83
Borghesia	8	92	Piccolo	24	76
CMI	13	87	Area socio-culturale		
PBU	19	81	a1	11	89
COU	26	74	a2	11	89
PBA	42	58	a3	21	79
COA	46	54	a4	30	70

associazione con la lettura dei quotidiani (cfr. la tabella 8 a p. 75 di Biolcati Rinaldi, 1998).

Proprio sulla base dell'importanza che ha la variabile istruzione nell'influenzare i comportamenti di lettura, è possibile spiegare i bassi livelli di consumo dei quotidiani nel nostro paese con i tassi di scolarità italiani che sono più bassi rispetto a quelli degli altri paesi europei (Ribolzi, 1993). Vi è poi un altro paio di elementi interni al sistema mediale utili a spiegare il ritardo italiano in questo campo. Da una parte non si è sviluppata nel nostro paese una vera e propria stampa quotidiana popolare. Questo tipo di esigenze risulta infatti soddisfatto dai rotocalchi settimanali che vantano la più alta circolazione in Europa (Murialdi, 1996). Dall'altra la rete dei giornali locali è in Italia meno sviluppata rispetto ad altri paesi europei (Mazzoleni, 1992). È noto che sul lato dell'offerta la presenza di un quotidiano locale costituisce un elemento propulsivo di notevole importanza (Buzzi, 1992; Buzzi e Livolsi, 1987).

Se queste sono le determinanti strutturali della non lettura, si tratta ora di approfondire l'analisi descrivendo i valori e le modalità di partecipazione politica di questo segmento della popolazione. Ciò permetterà di capire meglio i non lettori e di verificare la nostra ipotesi che essi costituiscano un insieme di individui politicamente passivi.

3. Valori e atteggiamenti dei non lettori

La nostra indagine delle differenze tra le strutture valoriali di lettori e non lettori si basa su un'analisi fattoriale compiuta da Schadee (1989, pp. 417-425) sugli stessi dati e da noi modificata in qualche punto¹⁰.

Prima di procedere oltre diamo una breve descrizione dei fattori a partire dalle domande che li compongono. Il primo fattore è caratterizzato dal riconoscimento della storica segregazione femminile, dell'importanza dei movimenti femministi e dalla rivendicazione di un maggior potere politico alle donne. Tutto ciò converge nel tema dell'emancipazione femminile per cui il fattore è stato chiamato *femminismo*. Il fattore successivo si distingue per l'importanza data alla *cultura* e all'*informazione* – la cultura dovrebbe essere più diffusa ed è necessario essere sempre informati per tenere il passo dei tempi – e così infatti è stato chiamato.

Nel terzo fattore spicca l'apertura verso gli altri, verso le loro idee ed esperienze. L'idea di fondo è che vale sempre la pena di confrontarsi con gli altri e che c'è sempre qualcosa da imparare

¹⁰ In particolare abbiamo cercato di verificare se vi fossero margini di miglioramento della soluzione originale controllando se alcune delle 33 domande d'opinione escluse dopo alcuni esami preliminari potessero rientrare nell'analisi fattoriale. Usando diverse strategie di analisi siamo riusciti a recuperare due variabili, le domande 39 e 62, che si sono andate a collocare sul fattore Egocentrismo. È stato inoltre possibile recuperare la domanda 13 che presentando un'alta correlazione con la coppia di variabili Ecologia precedentemente esclusa dall'analisi fattoriale ha costituito insieme a queste una tripletta inseribile nella nostra soluzione. Per una descrizione particolareggiata dell'*iter* dell'analisi dalla riproduzione della soluzione di Schadee (1989) ai tentativi di miglioramento da noi compiuti rimandiamo a Biolcati Rinaldi, 1998, pp. 127-136.

dalle loro idee. Per questo motivo il fattore è stato chiamato *idee altri*. Il fattore successivo – *ecologia* – rimanda a tesi tipiche del movimento verde: la diffusione del rispetto e della difesa della natura, la necessità di rimediare alla rovina dell'ambiente.

Le domande del quinto fattore sono accomunate dall'idea di trascendenza, il fattore è stato chiamato *fedè*. Il blocco di variabili successivo si impernia sulla *famiglia*: vi è l'esplicito riconoscimento che la famiglia è il valore più importante nella vita dell'uomo a cui bisogna dedicare tutto il proprio tempo libero. Il settimo fattore è caratterizzato dalla sensazione di disagio nel vivere i tempi contemporanei. Vi è un insieme di pessimismo verso il futuro e di incomprendibilità del presente. Tale atteggiamento è stato riassunto dal termine *disorientamento*.

Il fattore *successo* si basa sull'idea che gli uomini e le loro azioni si giudicano dai risultati ottenuti. Il fattore *egocentrismo* è una miscela di edonismo ('si deve cercare di fare solo ciò che piace') e soprattutto di chiusura. Le opinioni altrui sono considerate inutili e fuorvianti mentre per rimanere nel giusto bisogna seguire solamente se stessi. Chiaramente questo blocco di variabili si contrappone fortemente al fattore Idee altri. L'ultimo dei fattori da noi considerato è caratterizzato dal vedere l'acquisto, il *consumo*, come un'attività gratificante. Gli elementi che ricorrono in queste domande sono la moda, i prodotti, i negozi e le vetrine¹¹.

Una volta definita la soluzione fattoriale di riferimento si tratta di vedere se l'adesione a questi atteggiamenti sia diversa nel gruppo dei lettori e dei non lettori¹². Per fare questo è necessario

¹¹ Nella soluzione proposta da Schadee (1989, pp. 424-425) sei dei nove fattori (Femminismo, Cultura, Idee altri, Fedè, Famiglia, Disorientamento) presentano, in virtù del valore delle loro correlazioni, un ordine lineare. Quest'ordine può essere interpretato come un *continuum* che va da valori più tradizionali a valori più moderni. Anche il fattore Ecologia da noi introdotto sembra inserirsi abbastanza soddisfacentemente in quest'ordine tra i fattori Idee altri e Famiglia (per una discussione di tale inserimento cfr. Biolcati Rinaldi, 1998, pp. 129-136).

¹² Prima di procedere a questo ulteriore passaggio è necessario verificare che l'organizzazione degli atteggiamenti nei gruppi dei lettori e dei non lettori sia simile, ovvero che le varie opinioni siano tra loro associate in maniera tale che si possa assumere l'esistenza di valori sottostanti in entrambi i gruppi, al di là che questi vi aderiscano o meno. Tale verifica è stata fatta utilizzando una tecnica nota nella letteratura statistica come SIFASP, *Simultaneous Factor Analysis across*

attribuire agli individui un punteggio su ogni fattore. Questi punteggi sono stati ottenuti come semplice somma delle risposte alle domande di ogni fattore. Non è stata però utilizzata la scala 1-7 originaria. Le risposte negative e neutre sono state raggruppate nella categoria 0 mentre ai tre rimanenti gradi di accordo delle risposte positive sono stati assegnati i valori 1, 2 e 3¹³.

La somma delle risposte alle domande di ogni fattore è stata trasformata linearmente secondo la formula: $punteggio = 100 * (Somma\ punteggi\ domande) / 3 * K$, dove K è il numero di variabili che compongono il fattore. In questo modo il punteggio minimo (0) corrisponde a nessuna domanda con risposta positiva mentre il punteggio massimo (100) corrisponde a 'completamente d'accordo' su tutte le domande appartenenti al fattore. Questa trasformazione lineare ha il vantaggio di essere interpretabile come la percentuale di adesione dell'individuo o del gruppo al fattore.

A questo punto si tratta di andare a vedere se i punteggi medi dei fattori differiscano in maniera significativa nei sottogruppi dei lettori e dei non lettori, ovvero se questi due gruppi assegnino diversa importanza ai diversi valori. In questi casi si utilizza la tecnica dell'analisi di varianza che permette di verificare grazie al test F se le differenti medie riscontrate nei sottocampioni possano essere inferite anche alla popolazione.

I risultati dell'analisi sono esposti in tabella 2. Le medie nei sottogruppi non sono state riportate quando il valore del test F non era significativo, per cui si assume che i due gruppi abbiano lo stesso punteggio su quel fattore. Tra le differenze significative sono in neretto quelle dove la differenza supera gli otto punti. Schadee (1989, p. 428), data l'elevata numerosità del campione, suggerisce infatti questa soglia per essere maggiormente certi dell'esistenza di una marcata relazione tra l'atteggiamento e i gruppi definiti sulla base della variabile lettura dei quotidiani¹⁴.

Several Populations (Jöreskog e Sörböm, 1988, capitolo 9; Hayduk, 1987, capitolo 9) e ha prodotto esito positivo (Biolcati Rinaldi, 1998, pp. 136-8).

¹³ Sul perché di questa scelta cfr. le note 15, 17 e 18 in Schadee, 1989. Per quanto riguarda invece la verifica di scala cumulativa delle variabili dei fattori cfr. sempre Schadee, 1989, pp. 426-7.

¹⁴ Vi è anche una ragione che potremmo definire di ordine intuitivo. Una differenza di otto punti comporta che su almeno una delle domande che

Tabella 2.
Punteggi medi degli atteggiamenti e significatività del test F

	fem	cul	ide	eco	fed	fam	dis	suc	ego	con
Non Lettori		58	55			55	54	44	29	40
Lettori		65	61			45	42	40	22	34
<i>Signif. F</i>	<i>,42</i>	<i>,00</i>	<i>,00</i>	<i>,45</i>	<i>,92</i>	<i>,00</i>	<i>,00</i>	<i>,00</i>	<i>,00</i>	<i>,00</i>

Legenda:

fem = femminismo, *cul* = cultura e informazione, *ide* = idee altri, *eco* = ecologia, *fed* = fede, *fam* = famiglia, *dis* = disorientamento, *suc* = successo, *ego* = egocentrismo, *con* = consumo.

Gli atteggiamenti più fortemente associati alla non lettura sono Disorientamento e Famiglia. In entrambi in casi vi è un aumento di 10 o più punti passando dai lettori ai non lettori. Questi due fattori costituiscono il polo tradizionale del continuum individuato precedentemente (cfr. la nota 9) e sono fra loro intimamente connessi: se ci stiamo incamminando verso un periodo buio e difficile (domanda 28), è chiaro che la famiglia diventa l'unico rifugio sicuro nei momenti di crisi (domanda 11).

Abbiamo detto precedentemente che i fattori Idee altri e Egocentrismo si contrappongono in termini di apertura-chiusura rispetto agli altri. I non lettori sono decisamente più spostati sul polo chiusura rispetto al sociale. Questo tratto combacia col ritratto che stiamo qui definendo del non lettore come spaventato da tutto il mondo che sia esterno alla propria famiglia.

La differenza tra lettori e non lettori per quanto riguarda l'importanza attribuita al fattore Cultura, che appare quasi tautologica, assume un proprio significato alla luce del concetto di *ethos* di Bourdieu (1966; 1979; Jenkins, 1992). Secondo il sociologo francese l'*ethos* è il sistema di valori impliciti e profondamente interiorizzati che contribuisce a definire gli atteggiamenti dell'individuo rispetto alla scuola e al capitale culturale di cui fanno parte anche i consumi culturali in genere e la

afferiscono al fattore, gli individui appartenenti ad un gruppo occupano una posizione superiore (o inferiore), costante la collocazione sulle altre domande, rispetto agli individui dell'altro gruppo.

lettura dei quotidiani in particolare. L'*ethos* è parte dell'eredità culturale che la famiglia trasmette per vie più indirette che dirette ai propri figli e risulta quindi fortemente legato all'appartenenza sociale dei genitori. Gli individui interiorizzano l'importanza che il proprio ambiente sociale assegna ad una buona informazione e ad una buona cultura. La relazione lineare tra l'istruzione e la classe sociale con il fattore Cultura – che è stata messa in evidenza da Schadee (1989), vedi la tabella a p. 427 – e la forte associazione tra la non lettura e la poca importanza assegnata all'informazione riscontrata nei dati *Multimedia* costituiscono un'ulteriore conferma delle tesi di Bourdieu.

È di difficile interpretazione l'associazione tra la non lettura e il valore Successo (questa relazione è comunque la più debole di quelle significative) mentre è più prevedibile quella con Consumo (il consumismo sembra fare più presa nei soggetti marginali). Per quanto riguarda invece i valori con cui non vi è relazione, per almeno due di essi una spiegazione è avanzabile. In Ecologia le idee verdi più genuine (domanda 65: 'Il rispetto e la difesa della natura deve essere un impegno per tutti') sono affiancate da una visione nostalgica abbastanza tradizionalista (domanda 52: 'Il verde, le acque, la natura in genere, dovrebbero ritornare come erano una volta'), è quindi probabile che queste due componenti si annullino a vicenda. Il fatto invece che non vi sia una relazione negativa tra non lettura e Femminismo si potrebbe spiegare con la forte presenza di donne tra i non lettori. Infatti, tenendo sotto controllo la variabile genere, la non lettura è associata negativamente al Femminismo nel sottogruppo dei maschi mentre tra le femmine l'effetto genere annulla l'effetto lettura per cui non si riscontrano differenze di atteggiamento.

4. La (non) partecipazione politica dei non lettori

All'interno dell'indagine *Multimedia* sono stati rilevati diversi aspetti della partecipazione politica ed elettorale: se l'intervistato negli ultimi giorni abbia parlato di problemi politici e sociali con familiari e non; se l'individuo faccia parte o meno di partiti politici, sindacati, collettivi di impegno politico e sociale; se

l'intervistato sulla base delle proprie opinioni politiche sappia collocarsi su una di dieci caselle che si dispongono da sinistra a destra – gli individui che rifiutano di rispondere o non sanno collocarsi sono codificati nella stessa categoria –; se l'individuo abbia un partito preferito oppure affermi 'Non ho un partito preferito: i partiti sono tutti uguali', oppure ancora non risponda; infine se l'intervistato abbia espresso la preferenza per qualche candidato alle ultime elezioni per la Camera dei Deputati.

Per evitare di frammentare eccessivamente l'analisi con l'esame di ogni singola domanda abbiamo deciso di ricavare da questo insieme di variabili un indice sintetico. Abbiamo tenuto a parte la sola variabile relativa all'espressione della preferenza alle elezioni politiche del 1983 poiché a questa domanda non hanno risposto tutti coloro che in quell'anno erano minorenni (più di 400 individui). Per sintetizzare l'insieme di variabili rimanenti abbiamo utilizzato la tecnica statistica dell'*Analisi delle Corrispondenze Multiple*, più precisamente la sua versione olandese nota come *Homogeneity Analysis (Homals)*, con finalità di *scaling* (Greenacre, 1993, capitoli 7 e 18; SPSS, 1994; Thiessen and Blasius, 1998; Van de Geer, 1993). *Homals* può essere interpretata come un'analisi fattoriale per variabili ordinali dove le misure di discriminazione ci dicono della forza dei legami tra le variabili e la dimensione-fattore sottostante. Questa procedura, per ogni dimensione, attribuisce alle categorie delle variabili in esame dei nuovi valori noti come quantificazioni di categoria. Una media ponderata di queste permette di assegnare ad ogni caso un proprio punteggio che è poi trattabile similmente a quanto avviene con i punteggi fattoriali. Utilizzando l'Analisi delle Corrispondenze Multiple con finalità di *scaling* è quindi possibile ottenere, da un insieme di variabili ordinali relative alla partecipazione politica, una variabile metrica interpretabile come un indice di politicizzazione degli individui.

Più precisamente abbiamo percorso il seguente itinerario di analisi. Abbiamo utilizzato le sei variabili di cui sopra per l'analisi Homals ottenendo i risultati riportati in tabella 3: come si vede tutte le variabili, con la sola eccezione della partecipazione ad un collettivo, hanno una maggiore misura di discriminazione, e quindi un legame più forte, con la prima dimensione. Su tale

dimensione – cfr. l'appendice – tutte le risposte della partecipazione politica, anche quella della partecipazione ad un collettivo che prima faceva eccezione, si collocano su valori negativi mentre quelle della non partecipazione su valori positivi. È quindi plausibile interpretare la prima dimensione come quella della partecipazione politica¹⁵.

Tabella 3.
Misure di discriminazione e eigenvalue dell'analisi Homals

<i>Misure di discriminazione</i>	<i>dim. 1</i>	<i>dim. 2</i>
Partito preferito	0,44	0,30
Scala destra-sinistra	0,40	0,28
Iscrizione partito	0,35	0,21
Discussioni politiche	0,25	0,01
Iscrizione sindacato	0,23	0,13
Partecipazione collettivo	0,21	0,24
<i>Eigenvalue</i>	<i>0,31</i>	<i>0,20</i>

Homals permette di attribuire ad ogni caso un punteggio. I punteggi originali sono stati invertiti, per fare corrispondere la partecipazione ai valori positivi e la non partecipazione a quelli negativi, e trasformati linearmente (secondo la formula: *punteggio trasformato* = $100 * (\text{punteggio originale} - \text{valore minimo originale}) / \text{range originale}$) in modo da aver un minimo di 0 e un massimo di 100, analogamente a quanto fatto in precedenza per gli atteggiamenti.

È possibile a questo punto verificare se i punteggi medi dei due sottogruppi da noi considerati varino sull'indice di politicizzazione da noi appena elaborato. Il punteggio medio dei non lettori è di 27 contro il 38 dei lettori. Sia la significatività del p-value del test F inferiore a 0,0 sia la differenza superiore agli otto punti dei punteggi medi nei due gruppi permettono di dire che le differenze riscontrate nel campione *Multimedia* siano generalizzabili all'intera popolazione. Si può quindi concludere

¹⁵ L'*eigenvalue*, che è la media delle misure di discriminazione e può essere quindi usato come indice di valutazione della soluzione, è di 0,31 per la prima dimensione.

che i due fenomeni tendono a coincidere, la non lettura dei quotidiani sembra essere un aspetto della non partecipazione politica di una fascia considerevole della popolazione italiana.

Ad analoghi risultati si giunge analizzando la variabile relativa alla partecipazione elettorale, aspetto fondamentale della partecipazione politica, finora lasciata in sospeso. Tale variabile è l'espressione o meno della preferenza e permette tre possibili risposte: sì, no, non risponde. Chi esprime la preferenza sicuramente vota mentre tra le fila di coloro che non la esprimono si celano anche persone che non partecipano alle elezioni. Le non risposte sono infine un indicatore classico di marginalità politica e sociale (Thiessen and Blasius, 1998; Bourdieu, 1979).

Tabella 4.
Lettori e non lettori per espressione della preferenza
(percentuali di riga) (N=1943)

	<i>si</i>	<i>no</i>	<i>nr</i>
Lettori	47	44	9
Non lettori	37	41	22

$\chi^2=48,11$ con 3 g.l. (signif.=0,0)

Come si vede dalla tabella 4 la percentuale di coloro che votano ed esprimono la propria preferenza è molto più alta tra i lettori piuttosto che tra i non lettori. La differenza diminuisce tra coloro che non danno la preferenza ma di cui non sappiamo se vadano a votare o meno, mentre le non risposte sono molto più elevate tra i non lettori. Il test del χ^2 è significativo per cui la minore partecipazione elettorale dei non lettori è inferibile alla popolazione¹⁶.

¹⁶ Altre analisi sono state compiute su variabili come il frequentare associazioni culturali e sportive, organizzazioni di ispirazione religiosa, ecc., per sondare la più ampia dimensione della partecipazione sociale ed hanno portato a risultati sostanzialmente analoghi a quelli riscontrati per la partecipazione politica ed elettorale (Biolcati Rinaldi, 1998, pp. 148-176).

5. Discussione dei risultati

L'analisi dei dati conferma l'ipotesi abbozzata in partenza, ovvero che i non lettori dei quotidiani siano marginali rispetto al sistema sociale di cui fanno parte. Potremmo proporre a fini euristici il seguente schema di società. Ogni sistema sociale si regge su un centro fatto di istituzioni (economiche, politiche e culturali) portanti, degli individui che le guidano e dei sistemi di valore che le legittimano. Vi è poi una prima periferia, dove ricade la maggioranza della popolazione, che dal centro è governata ma che ha comunque modo di influenzarne le decisioni. Vi è infine l'estrema periferia che subisce le decisioni del centro senza nemmeno cercare di partecipare, per quanto in modo secondario, alla loro determinazione. Tale estrema periferia può essere anche definita come massa, così come è intesa da Alberoni (1966), ovvero ammasso di individui politicamente passivi, insieme destrutturato ed eterogeneo privo di iniziativa politica.

I non lettori sono quindi periferici rispetto al sistema sociale di cui fanno parte o, in altri termini, non vi aderiscono, hanno bassi livelli di partecipazione sociale e politica. A questo proposito è utile la distinzione di Pasquino (1986) tra partecipazione visibile, ovvero i comportamenti messi in atto per conservare o modificare le scelte dei decisori nonché la loro stessa selezione, e partecipazione invisibile che altro non è che il coinvolgimento psicologico, l'interesse per la politica. La partecipazione invisibile influenza le decisioni che arrivano dal centro di un sistema sociale in via indiretta, l'interesse è infatti espresso da gruppi sociali che potrebbero potenzialmente attivarsi e la loro influenza si esercita quindi in virtù delle reazioni previste: ad esempio un governo può decidere di varare una certa riforma delle pensioni piuttosto di un'altra per evitare la mobilitazione dei pensionati. Mentre la prima periferia del nostro schema di sistema sociale è caratterizzata dall'aderire ad entrambe le forme di partecipazione politica, sebbene quella visibile sia meno diffusa di quella invisibile, la massa di individui politicamente amorfi non partecipa invisibilmente né tanto meno visibilmente.

Quello che emerge dai nostri dati è che il legame tra la partecipazione politica e sociale e la lettura dei giornali è

strettissimo. Tale legame ha almeno due aspetti. Da una parte il quotidiano fornisce il bagaglio informativo necessario alla partecipazione, dall'altra la lettura si configura come partecipazione essa stessa in quanto esprime l'adesione del lettore alla comunità su cui il giornale informa. Distinguere tra il quotidiano come strumento di partecipazione o come forma di partecipazione sembra quindi più un problema di concettualizzazione che altro perché nella realtà i due aspetti sono intimamente connessi.

Dicevamo precedentemente che i non lettori non fanno parte di quel pubblico interessato e informato sulla politica che tramite strategie di partecipazione invisibile influenza indirettamente le decisioni che lo interessano. In altri termini i non lettori sono emarginati dalla cosiddetta opinione pubblica nella cui formazione la stampa ha sempre avuto un ruolo preminente. Al concetto di opinione pubblica e al suo collegamento con l'idea di cittadinanza è attribuita notevole importanza dall'approccio dell'economia politica critica dei media (Golding e Murdock, 1992; Garnham, 1986). Nel suo senso più generale la cittadinanza può essere considerata l'insieme delle condizioni che permettono agli individui di diventare membri a pieno titolo della società ad ogni livello. Tra queste condizioni è fondamentale la partecipazione all'opinione pubblica. Riprendendo le tesi di Habermas (1962), gli economisti critici sostengono che in una situazione ideale i sistemi di comunicazione dovrebbero contribuire a queste condizioni in due importanti maniere: fornendo agli individui l'accesso alle informazioni, i consigli e le analisi che li mettano in grado di conoscere i propri diritti e di perseguirli effettivamente; trasmettendo la più ampia possibile scelta di informazioni, interpretazioni e dibattiti sulle aree che implicano scelte politiche, e facilitando gli individui nel compito di registrare dissensi e proporre alternative. Ne deriva che per i non lettori vengono meno i requisiti essenziali per la loro piena partecipazione alla vita della propria comunità. La competenza e l'azione comunicativa, assieme alle risorse necessarie per esercitarle, costituiscono infatti le condizioni di base per rendere effettivo l'esercizio dei diritti civili, politici e sociali.

Il quadro dei valori e degli atteggiamenti dei non lettori messo in evidenza dalle nostre analisi è coerente con la situazione di marginalità sociale descritta finora. Già altre ricerche (Milbrath e Goel, 1977; Rush, 1994) avevano indagato gli stati mentali legati alla non partecipazione. Essi sono l'apatia, ovvero la mancanza di interessi, il cinismo, ovvero il disincantamento e il disprezzo del mondo, l'anomia e l'alienazione. Questi diversi stati mentali possono essere considerati variazioni su un unico tema che è quello del distacco dell'individuo dalla società di cui fa parte. In questo senso sono chiaramente riconducibili al tema del disorientamento, tratto che abbiamo visto caratterizzare, insieme al valore della famiglia, la struttura valoriale dei non lettori.

Si evidenzia quindi una netta contrapposizione tra il proprio ristretto intorno sociale, che è consueto e familiare, e il mondo esterno che è invece complicato e insidioso. È sulla base di questa dicotomia che si spiega il rifiuto del giornale, in quanto esso rappresenta uno strumento di partecipazione alla più ampia comunità locale, nazionale o internazionale di cui ci si sente parte. Paradossalmente è possibile ipotizzare che la lettura di un quotidiano da parte di un individuo così disorientato non sortirebbe altro effetto che di spaventarlo ancora di più. Una simile struttura valoriale si spiega probabilmente come reazione alla situazione di non centralità sociale che caratterizza i non lettori: sono ai margini del sistema sociale ed economico, percepiscono la propria incapacità di incidere sulle scelte che governano il sistema di cui fanno parte, di conseguenza come risposta autodifensiva tendono a chiudersi in ciò che è noto e controllabile.

Sempre a riguardo del disorientamento che caratterizza il non lettore, vi è un ultimo interessante collegamento tra questo atteggiamento e quello che potremmo definire come senso di *inefficacia*, ovvero pensare che la propria partecipazione non possa influenzare scelte e decisioni. In scienza della politica il senso di *efficacia* (Pasquino, 1986) è ritenuto strettamente legato alla partecipazione politica: gli individui che ritengono il loro contributo capace di influenzare le decisioni su un certo tema tendono a partecipare effettivamente. Nel caso dei non lettori succede il contrario e questo non è sorprendente visto il loro

atteggiamento di sfiducia nei confronti del mondo esterno. Considerazioni analoghe sono state sviluppate da Bourdieu (1979) secondo cui l'indifferenza politica delle classi popolari deriva dal senso di impotenza che gli individui di queste classi esperiscono nella vita sociale. Al contrario, gli individui appartenenti alle classi superiori si sentono 'politicamente competenti', sentono di avere il diritto di parlare e di agire. Sulla base quindi dello status sociale si crea una distinzione tra il discorso autorizzato dei competenti e il silenzio degli inesperti che non lascia altra scelta oltre la delega.

Se non partecipazione e disorientamento sono a grandi linee i tratti distintivi del sistema di comportamenti e di atteggiamenti dei non lettori, bisogna tenere presente quali sono le variabili strutturali che stanno a monte di questa situazione. Nel nostro caso possiamo adottare il modello della centralità sociale che costituisce uno degli schemi esplicativi della partecipazione più applicati in scienza della politica (Pasquino, 1986; Milbrath e Goel, 1977). Secondo questo modello è più probabile che partecipino alla vita politica di una comunità gli individui socialmente centrali. Tale centralità è definita secondo lo status socio-economico, per cui avranno maggiori possibilità di partecipare i più istruiti, gli individui appartenenti alle classi sociali superiori e che vivono nelle zone più sviluppate di un paese, ecc¹⁷. Questi individui infatti ricevono dall'ambiente sociale che li circonda maggiori stimoli a partecipare e maggiore appoggio una volta che abbiano deciso di impegnarsi. A questi si contrappongono invece i disincentivi di cui hanno esperienza gli individui periferici. Secondo l'ottica degli scienziati della politica la partecipazione degli individui centrali avrebbe lo scopo di conservare le posizioni privilegiate già conquistate nonché la struttura e quindi i valori del sistema di interessi dominante.

¹⁷ La centralità di cui stiamo parlando ora non va confusa con la centralità a cui ci riferivamo precedentemente. Sebbene infatti si usi la stessa immagine esplicativa, la rappresentazione spaziale di un centro e di una periferia, gli ambiti di riferimento sono diversi: la struttura socio-economica nel primo caso, la partecipazione sociale e politica nel secondo. L'ipotesi degli scienziati della politica è che vi sia una relazione lineare tra le due dimensioni.

Le differenze strutturali che caratterizzano lettori e non lettori da noi evidenziate precedentemente ben si adattano a questo schema esplicativo.

Cercando di sintetizzare, uno dei risultati più importanti di queste analisi è la nitidezza con la quale emerge la figura del non lettore. Schematizzando al massimo il non lettore potrebbe essere descritto nei seguenti termini: poco istruito, non lavora, proveniente da classi sociali medio-basse, residente nelle zone meno sviluppate del paese, donna, giovane o anziano, disorientato e ai margini della partecipazione politica e sociale. Tenendo conto che il non lettore non presenterà tutte insieme queste caratteristiche, si evidenzia all'interno della società italiana la presenza di un gruppo sociale ben distinto e di non trascurabili dimensioni. La non lettura dei quotidiani non fa altro che inserirsi coerentemente nel quadro appena descritto di un gruppo sociale 'tagliato fuori' dal sistema complessivo.

La situazione sin qui descritta dà origine ad almeno un paio di considerazioni conclusive. La prima riguarda il sistema delle comunicazioni di massa: sulla base di queste analisi si può affermare che l'ideale democratico di un'eguale opportunità d'informazione è ben lontano dall'essere realizzato in quanto gli strumenti istituzionalizzati di ascesa sociale ed elevazione culturale costituiscono un monopolio dei gruppi sociali più privilegiati. La seconda si riferisce invece al sistema sociale nel suo complesso: nel momento in cui si vogliono implementare nella società politiche di ogni tipo – economiche, del welfare state, comunicative, ecc. – vi è un consistente gruppo sociale che non fa sentire la propria voce. Ci ricollegiamo qui a una riflessione sviluppata da Pasquino (1986): è vero che la crescita del livello medio di istruzione, di reddito, del tenore di vita in generale e l'espansione delle comunicazioni di massa hanno contribuito fortemente ad elevare il grado di partecipazione della società nel suo complesso, però non sono venute meno le tradizionali differenze tra i livelli partecipativi dei diversi gruppi sociali. Come sostiene Bourdieu (1979), il sentimento di impotenza che prova chi è ai margini del sistema sociale non lascia altra scelta che la delega, ma è difficile pensare che gli interessi di coloro che non partecipano vengano tutelati dai partecipanti, per cui le

diseguaglianze del sistema politico magari non aumenteranno ma sicuramente non verranno ridotte.

APPENDICE

Quantificazioni di categoria della soluzione Homals

VARIABILE	CATEGORIE	DIMENSIONI	
		1	2
SCALA DESTRA-SINISTRA	collocati non collocati	-,32 1,26	,27 -1,06
PARTITO PREFERITO	part. preferito part. uguali non risponde	-,49 ,82 ,94	,32 ,21 -1,03
DISCUSSIONI POLITICHE	sì no	-,38 ,68	,07 -,13
ISCRIZIONE PARTITO	sì no	-1,80 ,20	-1,41 ,16
ISCRIZIONE SINDACATO	sì no	-1,23 ,20	-,93 ,15
PARTECIPAZIONE COLLETTIVO	sì no	-1,69 ,13	-1,81 ,13

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Alberoni, F. (1966), 'Società Cultura e Comunicazioni di Massa' in *Questioni di Sociologia*, Volume secondo, Brescia, La Scuola Editrice, pp. 487-520.
- Audipress (1999), *Indagine sulla lettura dei periodici e dei quotidiani in Italia. Primavera 1999*, Volume 1, Varese, Reggiani.
- Biolcati Rinaldi, F. (1998), *I non lettori dei quotidiani: un'analisi empirica sulla base dei dati dell'indagine Multimedia*, Tesi di Laurea, Università degli Studi di Trento, Facoltà di Sociologia, Anno Accademico 1997-1998.
- Bogart, L. (1989), *Press and public*, Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates.
- Bourdieu, P. (1966), 'La transmission de l'héritage culturel' in Darras, A. (a cura di), *Le partage des bénéfiques*, Paris, Les éditions de minuit, pp. 384-420, trad. it. 'La trasmissione dell'eredità culturale' in Barbagli, M. (a cura di), *Istruzione, Legittimazione e Conflitto*, Bologna, il Mulino, pp. 283-314, 1978.
- Bourdieu, P. (1979), *La distinction*, Paris, Les éditions de minuit, trad. it. *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Bologna, Il Mulino, 1983.
- Buzzi, C. (1986), 'Il pubblico dei lettori: caratteristiche strutturali e specificità culturali' in Livolsi, M. (a cura di), *Almeno un libro. Gli italiani che (non) leggono*, Firenze, La Nuova Italia, pp. 33-49.
- Buzzi, C. (1988a), 'Oltre le tradizionali definizioni di lettura' in Livolsi, M. e Rositi, F. (a cura di), *La Ricerca sull'Industria Culturale. L'Emittente, i Messaggi, il Pubblico*, Firenze, La Nuova Italia, pp. 155-164.
- Buzzi, C. (1988b), 'Le letture' in ISTAT e AIS, *Immagini della Società Italiana*, Roma, pp. 453-478.
- Buzzi, C. (1992), 'Dati e tendenze dell'informazione locale' in Faustini, G. (a cura di), *L'Informazione Locale. Dati, Tecniche, Prospettive*, Volume I, Quaderni di Giornalismo n.

- 2*, Trento, INDACO, pp. 35-65.
- Buzzi, C. e Livolsi, M. (1987), *Il Quotidiano: Tendenze e Prospettive*, Milano, AssAP.
- Capecchi, V. e Livolsi, M. (1971), *La stampa quotidiana in Italia*, Milano, Bompiani.
- Cobalti, A. e Schizzerotto, A. (1994), *La mobilità sociale in Italia*, Bologna, Il Mulino.
- de Lillo, A. e Livolsi, M. (1978), 'La lettura della stampa quotidiana. Per una diversa prospettiva metodologica delle ricerche sui media' in *Problemi dell'Informazione*, n. 4, pp.599-624.
- Garnham, N. (1986), 'The Media and the Public Sphere' in Golding, P., Murdock, G. e Schlesinger, P., *Communicating Politics. Mass Communication and the Political Process*, New York, Leichester University Press, pp. 37-53.
- Golding, P. e Murdock, G. (1992), 'Culture, Communications and Political Economy' in Curran, J. e Gurevitch, M. (a cura di), *Mass Media and Society*, London, Edward Arnold, pp. 15-32.
- Greenacre, M. J. (1993), *Correspondence Analysis in Practice*, San Diego, Academic Press.
- Habermas, J. (1962), *Strukturwandel der Oeffentlichkeit*, Neuwied, Hermann Luchterhand Verlag, trad. it. *Storia e Critica dell'Opinione Pubblica*, Bari, Laterza, 1971.
- Hayduk, L. A. (1987), *Structural Equations Modelling with Lisrel. Essentials and Advances*, Baltimore, The John Hopkins University Press.
- ISEGI (1986), *Indagine sulla lettura dei periodici e dei quotidiani in Italia. 1985*, Varese, Reggiani.
- ISTAT (1989), *12° censimento generale della popolazione, 25 ottobre 1981. Volume V. Relazione generale sul censimento*, Roma.
- Jenkins, R. (1992), *Pierre Bourdieu*, London, Routledge.
- Jöreskog, K. G. e Sörböm, D. (1988), *LISREL 7, a guide of the program and applications*, Chicago, SPSS Inc.
- Livolsi, M. (a cura di) (1987), *Il Consumo dei Mass Media in Italia*, Milano, AssAP.
- Livolsi, M. (a cura di) (1992), *Il Pubblico dei Media*, Firenze, La Nuova Italia.

- Livolsi, M. (1994), 'I lettori della stampa quotidiana e periodica (1975-1992)' in Castronovo, V. e Tranfaglia, N. (a cura di), *La stampa italiana nell'età della TV. 1975-1994*, Bari, Laterza, pp. 521-547.
- Livolsi, M. e Rositi, F. (a cura di) (1988), *La Ricerca sull'Industria Culturale. L'emittente, i messaggi, il pubblico*, Firenze, La Nuova Italia.
- Mazzoleni, G. (1992), 'Italy' in Euromedia Research Group, *The Media in Western Europe. The Euromedia Handbook*, London, Sage, pp. 123-142.
- Milbrath, L. W. e Goel, M. L. (1977), *Political participation. How and why people get involved in politics?*, Seconda edizione, Boston, University Press of America.
- Murialdi, P. (1996), *Storia del giornalismo italiano*, Bologna, Il Mulino.
- Pasquino, G. (1986), 'Partecipazione politica, gruppi e movimenti' in Pasquino, G. (a cura di), *Manuale di scienza della politica*, Bologna, Il Mulino, pp. 191-230.
- Ribolzi, L. (1993), *Sociologia e Processi Formativi*, Brescia, La Scuola.
- Ricolfi, L. (1989), 'Sul mito delle k Italie. Una critica delle tipologie degli italiani' in *Polis*, a. III, n. 3, dicembre, pp. 445-478.
- Rush, M. (1994), *Politica e società. Introduzione alla sociologia politica*, Bologna, Il Mulino e Prentice Hall International.
- Schadee, H.M.A. (1989), 'Consumi, Valori e Ceti Sociali' in *Polis*, a. III, n. 3, dicembre, pp. 413-444.
- SPSS (1994), *SPSS Categories 6.1*, Chicago, SPSS Inc.
- Thiessen, V. e Blasius, J. (1998), 'Using multiple correspondence analysis to distinguish between substantive and nonsubstantive responses' in Greenacre, M. e Blasius, J. (a cura di), *Visualization of Categorical Data*, San Diego, Academic Press, pp. 239-252.
- Van de Geer, J. P. (1993), *Multivariate Analysis of Categorical Data: Applications*, Newbury Park, Sage Publications.