

## Narratives - SWG

Nel quadro delle riflessioni sulle tendenze che manifestano gli italiani in relazione ai consumi e al cambiamento sociale, appare utile esaminare quale sia lo stato d'animo di fondo che sostiene il loro rapporto con la società. E questo, in particolare, in un momento difficile, segnato da una crisi economica di rilevante portata che non ha ancora esaurito i suoi effetti. Sono state scelte, pertanto, due tabelle che mostrano quale sia l'atteggiamento dell'opinione pubblica nei confronti di due questioni chiave: la fiducia nelle possibilità del Paese di affrontare le sfide attuali; la sensazione della propria personale capacità a tener testa al cambiamento e a sentirsi parte del contesto sociale ed economico.

Molti descrivono l'Italia come un paese in difficoltà, quasi incapace di far fronte alla competizione internazionale, poco concorrenziale in numerosi aspetti rispetto a molti paesi della Unione europea. Altri sottolineano, invece, le vitalità e le potenzialità che emergono dal paese e la positività di alcune realtà. Naturalmente tutti i diversi modi di vedere hanno un fondamento e un riscontro nell'opinione pubblica. L'umore generale che prevale tra i cittadini è, però, un elemento di grande rilievo per determinare la forza con la quale si affronta un momento difficile e per valutare le probabilità di attingere a condizioni migliori delle attuali.

La tabella 1 ci fornisce un primo elemento di verifica della percezione che l'opinione pubblica ha delle condizioni dell'Italia in ordine alle sue capacità di innovazione e progresso. L'Orientamento che viene proposto è di segno negativo e misura quanta parte del campione è concorde con l'assunto enunciato; la restante parte non è d'accordo con la proposizione. Si nota che dalla seconda metà degli anni '90 diminuisce la convinzione che l'Italia non sia in grado di reggere la sfida con l'innovazione e il progresso: il 60% dell'opinione pubblica sente la capacità di farlo.

Tra il 2002 e il 2004 pesano gli effetti della crisi economica del tempo e l'indicatore risale toccando la metà della popolazione. Si riduce, poi la sensazione di difficoltà (2006-07). Purtroppo la pesante crisi economica ancora in atto produce una crescita dell'atteggiamento negativo.

Il segnale è che dobbiamo fare i conti con un livello di sfiducia elevato – oltre il 60% - e, quindi, sapere che tra le cose da fare per una solida ripresa c'è anche una forte necessità di rimotivazione dell'opinione pubblica in quanto appare minoritaria la convinzione che il Paese sia in grado di reggere la sfida e di rinnovarsi.

La tabella 2 si rivolge, invece, direttamente alle persone. E' il soggetto che valuta se stesso. In questo caso si tratta di una proposizione di tipo positivo; si misura il senso di adeguatezza al contesto in cui si vive e si opera e ci si confronta con gli altri in termini di competizione individuale.

La serie ha inizio nel 2005, ma sembra un periodo sufficientemente lungo per valutarne l'andamento.

E' sembrato utile dal punto di vista conoscitivo analizzare anche questo versante – quello personale- oltre a quello del paese. Non sempre, infatti, c'è aderenza tra le prospettive private e quelle pubbliche. E spesso si dice che se il paese ha i suoi limiti, le risorse individuali restano brillanti.

Tra il 2005 e il 2007 si nota che la metà del campione tende a ritenersi adeguato alle prove che il contesto in cui vive propone e percepisce la sua piena inclusione nell'agone sociale.

Anche in questo caso la crisi economica irrompe e attorno al 10% del campione vive una nuova sensazione di inadeguatezza e di esclusione rispetto ai termini della contesa sociale.

Si coglie, pertanto, che oltre la metà dell'opinione pubblica fa fatica a considerare una propria capacità di reagire pienamente all'attuale contesto critico. Un paese con una quota così elevata di cittadini consci di una loro debolezza dimostra che c'è un limite anche nell'affidarsi alle soluzioni individuali.

In conclusione gli orientamenti segnalano che sia il livello di fiducia nel Paese che in se stessi è piuttosto basso e tale condizione, se non ben valutata, potrebbe costituire un problema rispetto a prospettive di sviluppo e rilancio.

(Documento redatto da Maurizio Pessato)

### ***Nota Metodologica***

*L'indagine, da cui sono tratti i due Orientamenti presentati, è un osservatorio dell'opinione pubblica italiana sugli orientamenti valoriali, socioeconomici e culturali degli italiani, dal 1997 al 2010. Propone quindi una lettura aggregata di una serie di domande che compongono quelli che vengono chiamati gli "orientamenti". Le persone si dividono in due aree: coloro che aderiscono all'orientamento e coloro che ne prendono le distanze. Si ha, così, una visione delle tendenze che, su numerosi temi, si sviluppano nella società italiana.*

- *Tipologia di indagine: indagine quantitativa*
- *Universo di riferimento: maggiorenni residenti su tutto il territorio nazionale*
- *Metodo di rilevazione: interviste telefoniche CATI e online CAWI*
- *Periodo di rilevazione: annuale (ultima rilevazione novembre 2010)*
- *L'indagine è stata condotta su un campione composto da 2.000 soggetti maggiorenni stratificato per quote in base ai parametri:*
  - *sesso*
  - *età*
  - *macro-area di residenza*
  - *ampiezza del comune di residenza*

*I metodi utilizzati per l'individuazione delle unità finali sono di tipo casuale, come per i campioni probabilistici. Tutti i parametri sono uniformati ai più recenti dati forniti dall'ISTAT. I dati sono stati ponderati al fine di garantire la rappresentatività rispetto ai parametri di sesso, età.*