

**Imparare la democrazia: le campagne
elettorali per le rappresentanze
studentesche in alcuni istituti umbri.**

**A cura di Paolo Mancini, Antonio Ciaglia con la
collaborazione di Marta Vescovi**

Giugno 2012

Proviamo a sintetizzare

Dalla nostra ricerca emergono alcuni risultati che suggeriscono alcune riflessioni. Ci soffermeremo solo su alcuni di questi, sottolineando, però, che solo la lettura dell'intero rapporto può fornire un quadro esaustivo di tutti i risultati che emergono.

Partiamo dalle domande che hanno motivato la ricerca stessa. Vediamo la prima domanda: le elezioni studentesche servono a qualcosa? E' bene guardare con distacco ai dati: gli studenti, sia i candidati che gli elettori, sembrano credere soprattutto al valore simbolico delle elezioni, "un modo per fare sentire la nostra voce", piuttosto che vederle come uno strumento possibile e concreto di intervento. Insomma, le elezioni più come promessa che non come occasione per cambiare. Le elezioni più come affermazione identitaria che non modalità di intervento. E le elezioni sono questione prevalentemente maschile, almeno sono i maschi ad impegnarsi di più come candidati anche se poi sono le femmine a credere di più nella loro possibile utilità. E, come sappiamo, sono le femmine che credono di più, e si impegnano, di più nella formazione scolastica.

Altra domanda: qual è il livello di partecipazione? Anche in questo caso sembrerebbe prevalere il disincanto dimostrato anche dalla partecipazione al voto che, seppure quasi obbligatoria (le classi vengono "portate" ordinatamente ai seggi), si attesta intorno all'ottanta per cento. Ancora disincanto: le elezioni viste come qualcosa che si deve fare e non tanto come qualcosa in cui si crede.

Quali gli strumenti della campagna elettorale? Un misto. Vecchio e nuovo. Il contatto personale e l'amicizia giocano un ruolo importante. Sono una nuova riproposizione della vecchia forma di "grassroots campaign". Allo stesso modo, però, il rapporto personale sembra oggi prendere la strada del web e allora Facebook è la nuova arena elettorale "virtuale". Un segnale per il futuro delle campagne elettorali, quelle "vere".

E qui possiamo introdurre la domanda da cui prende il titolo questo rapporto. Le elezioni studentesche sono una scuola di democrazia? Anche qui la risposta è a due facce. Gli studenti sembrano crederlo, ma poi sanno anche che il loro voto serve a poco. Viene da pensare che se c'è questa duplice valenza non sia da imputare alla componente studentesca, ma anche, e forse soprattutto, a chi non creda nella possibilità e nelle potenzialità della loro partecipazione.

Ma ovviamente c'è di più a proposito della pratica democratica. Intanto chi si prende cura della comunità scolastica tende ad avere una qualche altra forma di impegno civile, soprattutto nel volontariato anche se non possiamo dire se questo impegno lo si intenda continuare anche nel futuro. E poi emerge una relazione forte tra provenienza familiare e impegno nella vita della scuola.

I nostri candidati provengono infatti, in buona parte, da famiglie con alta scolarizzazione, almeno in percentuale più alta rispetto alla media nazionale. Ma soprattutto emerge un rapporto piuttosto stretto tra collocazione politica del nucleo familiare di provenienza ed impegno della scuola: questo sembra manifestarsi soprattutto in studenti che provengono da famiglie etichettabili sotto la dizione “centro-sinistra” che non “centro-destra” anche se è piuttosto importante la percentuale di coloro che non sanno collocare né sé stessi né le proprie famiglie.

Ma c'è un altro dato ancora di una certa importanza che rimanda ad alcune categorie certe della scienza politica. La nostra indagine sembrerebbe infatti confermare che c'è una certa consolidata congruenza tra la collocazione politica familiare e la collocazione politica degli studenti. In altre parole è il nucleo familiare che è scuola di democrazia ed è il nucleo familiare che indirizza verso la politica e verso la scelta politica.

In allegato sono riportate alcune “testimonianze” di campagna elettorale: volantini, liste, ecc.

La ricerca

Obiettivo della ricerca **“Imparare la democrazia: le campagne elettorali studentesche”** era quello di capire come si svolgono le campagne elettorali per le rappresentanze studentesche nelle scuole medie superiori e se tali campagne, e la più generale partecipazione alla vita della comunità scolastica, rappresentino o meno primi esempi e segni di pratica di democrazia.

Le scuole analizzate sono state sei: Liceo delle Scienze Umane “Pieralli”, Perugia, Istituto tecnico “A. Volta”, Perugia, Liceo Scientifico “Majorana”, Orvieto, Liceo Classico “Plinio il Giovane”, Città di Castello, IPSIA “Cavour – Marconi”, ITI “Leonardo da Vinci”, Foligno. Ricercatori appositamente addestrati hanno preso inizialmente contatto con i dirigenti scolastici e quindi si sono recati più volte nelle scuole dove, nei casi in cui è stato possibile, hanno partecipato alle assemblee, hanno raccolto materiale di comunicazione prodotto da candidati e liste. Hanno quindi sottoposto a tutti i candidati un questionario mentre un diverso questionario è stato sottoposto ad un campione di studenti che hanno partecipato alle votazioni appunto in qualità di “elettori”.

La ricerca è stata condotta nel periodo ottobre 2011 – marzo 2012.

La ricerca ha dovuto affrontare alcune difficoltà organizzative di cui è necessario dar conto anche nella eventualità di altri interventi simili. In genere si è riscontrata infatti una certa difficoltà sia a contattare i possibili referenti scolastici che gli studenti e a compiere osservazioni partecipanti. Le difficoltà sono state ulteriormente aggravate dal periodo in cui si svolgono le elezioni (all’inizio dell’anno scolastico) il che non ha consentito alcuna possibilità di organizzare preventivamente la presenza dei rilevatori nelle scuole. Anche per tali difficoltà, la ricerca si è incentrata soprattutto sulle scuole di Perugia.

Per quanto riguarda i candidati, le interviste sono state così ripartite:

Liceo Pieralli, Perugia: 23 intervistati

ITIS A. Volta Perugia: 12 intervistati

Liceo Scientifico Majorana Orvieto: 11 intervistati

Liceo Classico Plinio Il Giovane Città di Castello: 10 intervistati

IPSIA Cavour – Marconi: 8 intervistati

ITI Leonardo da Vinci Foligno: 4 intervistati

La disparità del numero degli intervistati è da attribuire alla diversa quantità di liste (e quindi di candidati) che sono state presentate nelle diverse scuole. Più specificamente, al Liceo Pieralli di Perugia, struttura che si compone di due sedi, sono state presentate 4 liste, 3 per la sede di P.zza

Anna Frank, 1 per la sede di via del Parione. In totale i candidati sono risultati 28 (di cui 23 intervistati). Anche l'IPSIA "Cavour-Marconi" di Perugia si compone di due sedi (Piscille e Olmo), ma in questo caso le liste erano due, una per sede, per un totale di 10 candidati (di cui 8 intervistati). All'ITI 'Leonardo da Vinci' di Foligno, invece, si sono presentati solo 4 candidati (vero e proprio "minimo consentito" dato che i quattro studenti erano racchiusi in un'unica lista, per cui, dal momento in cui questa è stata approvata, hanno avuto la certezza di essere eletti come rappresentanti). All'ITIS 'Volta' di Perugia le liste erano 3 per 13 candidati (di cui 12 intervistati); al Liceo Classico 'Plinio il Giovane' di Città di Castello le liste erano 2 per un totale di 12 candidati (10 intervistati); infine, al Liceo Scientifico 'Majorana' di Orvieto sono stati intervistati 11 candidati in rappresentanza di 2 liste.

La pianificazione della ricerca ha previsto che i ricercatori si recassero fisicamente in ciascuno degli istituti presi in esame, raccogliendo gli studenti candidati da intervistare in una stessa aula. A ciascun candidato è stato somministrato un questionario semistrutturato mirato ad indagare tre aspetti principali: "il quadro socio-demografico dei candidati", "le modalità organizzative e lo svolgimento della campagna elettorale", e il "profilo civico dello studente candidato". Al contempo, è stato reperito, laddove disponibile, il materiale elettorale predisposto dai candidati, prevalentemente in forma di volantini mirati alla distribuzione o all'affissione all'interno degli edifici, di cui può essere presa visione in allegato a questo report.

Per quanto riguarda le interviste agli "elettori" la procedura di selezione degli studenti a cui somministrare i questionari ha fortemente risentito delle diverse circostanze che si sono presentate in ciascuna delle 5 scuole prese in considerazione. Solo nell'Istituto "Da Vinci" di Foligno è stato possibile procedere ad una selezione casuale degli intervistati, selezionando, per ogni classe, uno studente ogni cinque partendo dal primo alunno dell'elenco alfabetico riportato nel registro. In altre scuole, come il "Pieralli" e il "Plinio" è stato possibile intervistare esclusivamente i rappresentanti di classe, mentre nel caso dell'IPSIA e dell'ITIS sono stati i docenti ad incaricarsi di selezionare un gruppo di allievi a cui sottoporre il questionario. Le differenze nelle procedure di selezione, chiaramente, si riflettono anche sul numero di intervistati che è stato possibile raggiungere per ciascun istituto: per il "Plinio" di Città di Castello al questionario hanno risposto 26 studenti; per l'ITI di Foligno 69; per il "Pieralli" di Perugia 42; per l'IPSIA di Perugia 33; per l'ITIS di Perugia 38. Per questo il nostro campione non può dirsi rappresentativo.

In questo rapporto finale verranno illustrati prima i dati emersi dal questionario sottoposto ai candidati e quindi i dati che emergono invece dallo studio sugli elettori.

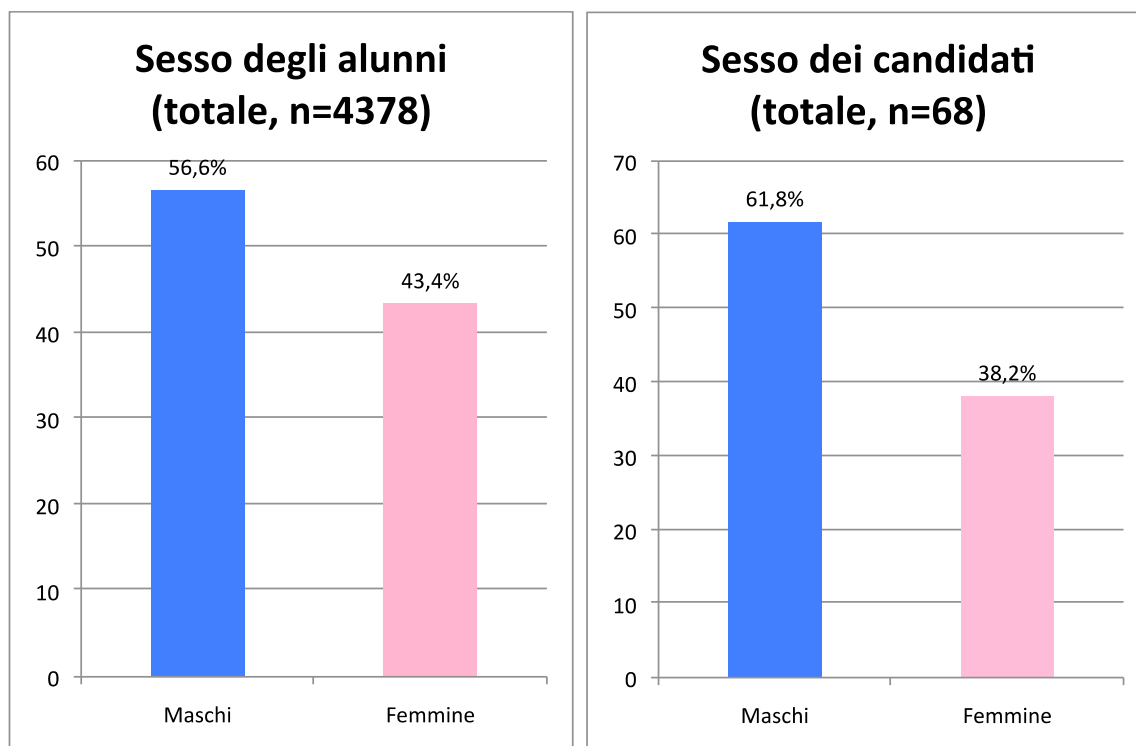
Parte 1

I candidati e il loro punto di vista.

Chi si candida.

1.1 – Il profilo personale

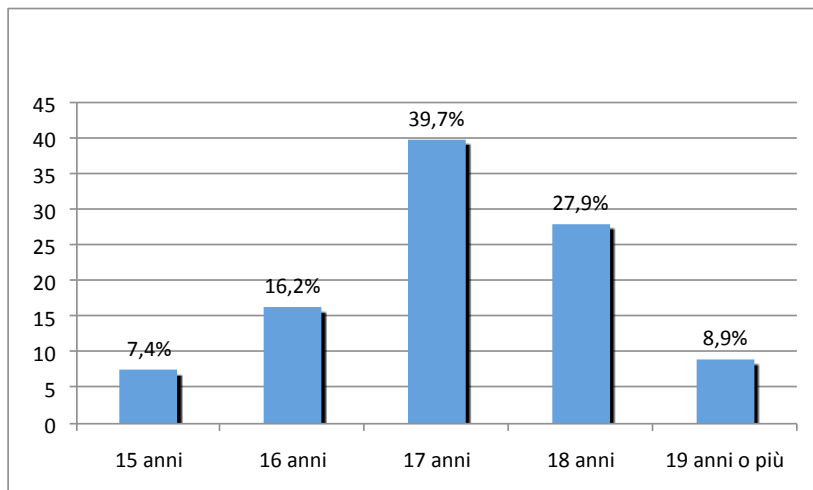
Graf. 1.1 – Studenti candidati per genere



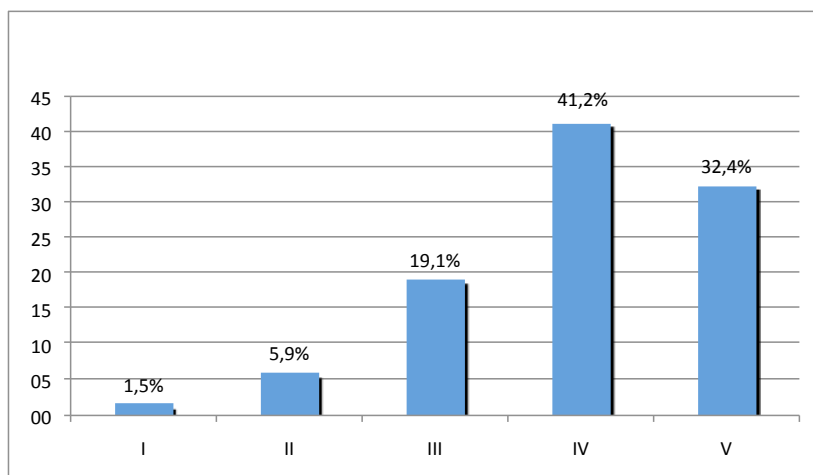
Complessivamente, come il Graf. 1.1 dimostra, la componente studentesca delle scuole prese in esame è prevalentemente maschile: su un totale di 4378 studenti, il 56,6% è composto da ragazzi mentre il 43,4% da ragazze. Tale rapporto si mantiene pressocè inalterato se si considerano i soli studenti candidati al Consiglio d'istituto: sul totale dei candidati presentatisi nelle scuole selezionate (è bene ricordare che il questionario è stato sottoposto alla quasi totalità di essi) il 61,8% è composto da ragazzi, mentre le ragazze si attestano sul 38,2%. Questo dato sembra suggerire che le elezioni studentesche siano una questione di competenza prevalentemente “maschile”, anche se le

proporzioni non si discostano in maniera eccessiva dal dato aggregato dell'intera popolazione studentesca.

Graf. 1.2 – Età dei candidati

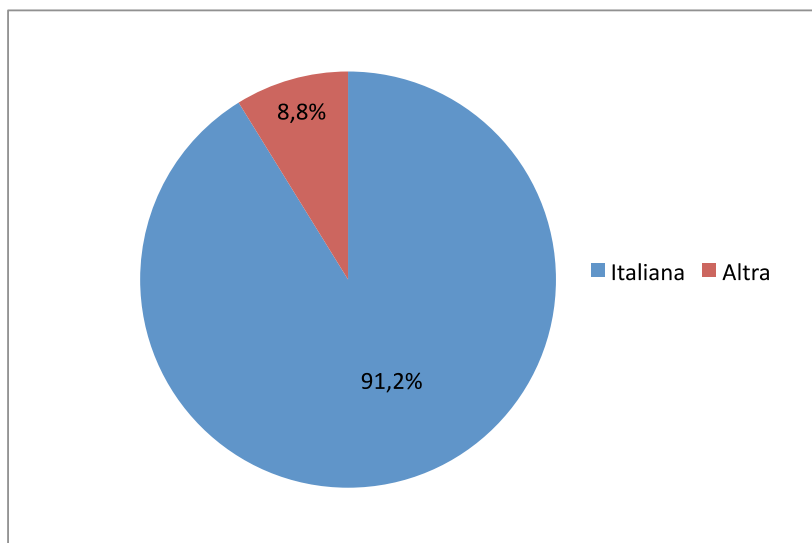


Graf. 1.3 – Classe frequentata dai candidati



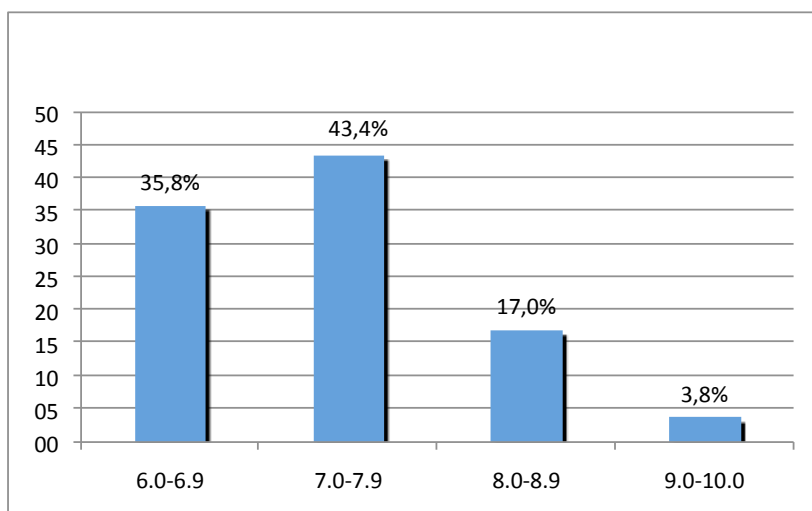
I Graffi. 1.2 e 1.3 presentano due serie di dati tra loro correlati: l'età dei candidati e la classe da questi frequentata. Com'è possibile constatare, la maggior parte dei candidati si attesta sui 17 anni (39,7%) e frequenta il quarto anno (41,2%): si tratta di un dato indicativo del fatto che il candidato ideale sembra essere incarnato da studenti che, pur avendo una certa esperienza all'interno dell'ambiente scolastico, hanno ancora un certo periodo di tempo da trascorrere all'interno dell'istituto (al contrario dei ragazzi del quinto anno, già proiettati verso altri contesti formativi, o comunque oltre l'ambiente scolastico), e sono pertanto incentivati a spendersi e ad impegnarsi per il suo miglioramento. Sono questi gli studenti che hanno maggiore esperienza della scuola ed anche più estesa rete di contatti che ne potrebbe favorire l'elezione.

Graf. 1.4 – Nazionalità dei candidati



Nonostante in alcune scuole la componente straniera – e in particolare extracomunitaria – si riveli particolarmente nutrita (es. IPSIA “Cavour-Marconi” di Perugia), il 91,2% dei candidati è composto da cittadini italiani (nati sia da genitori italiani che da genitori aventi altra nazionalità), mentre soltanto l’8,8% ha un’altra cittadinanza. Tra i 6 candidati non italiani, spiccano due cittadini albanesi, un cittadino russo, un moldavo e un cittadino del Marocco.

Graf. 1.5 – Media voti anno precedente

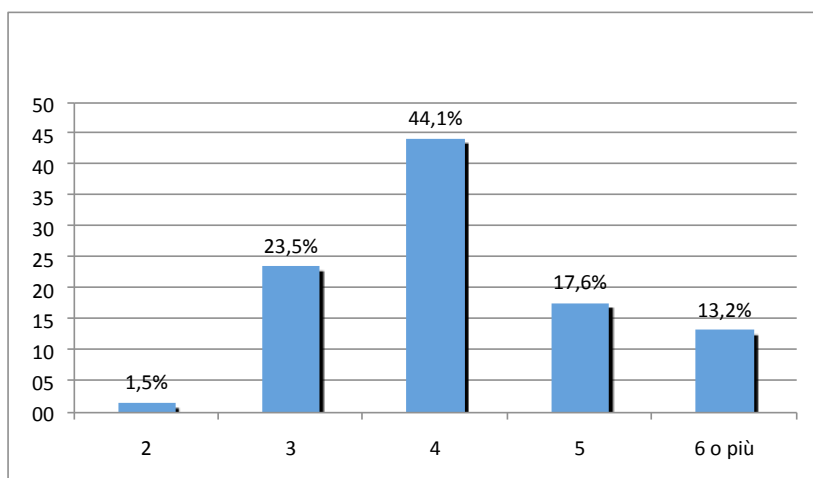


Per quanto concerne il rendimento degli studenti candidati, è possibile notare come poco meno della metà (43,4%) abbia una media-voti tendenzialmente elevata, tra il 7.0 e il 7.9, a fronte del 35,8%

con una media più vicina alla “sufficienza” compresa tra il 6.0 e il 6.9. I candidati più meritevoli, con medie superiori all’8.0 sono una ristretta minoranza, mentre in due soli casi la media supera il 9.0. Si tratta di un dato abbastanza importante che sembrerebbe indicare che un alto livello di prestazione scolastica non sempre si coniuga con un maggiore interesse per la vita della stessa comunità scolastica.

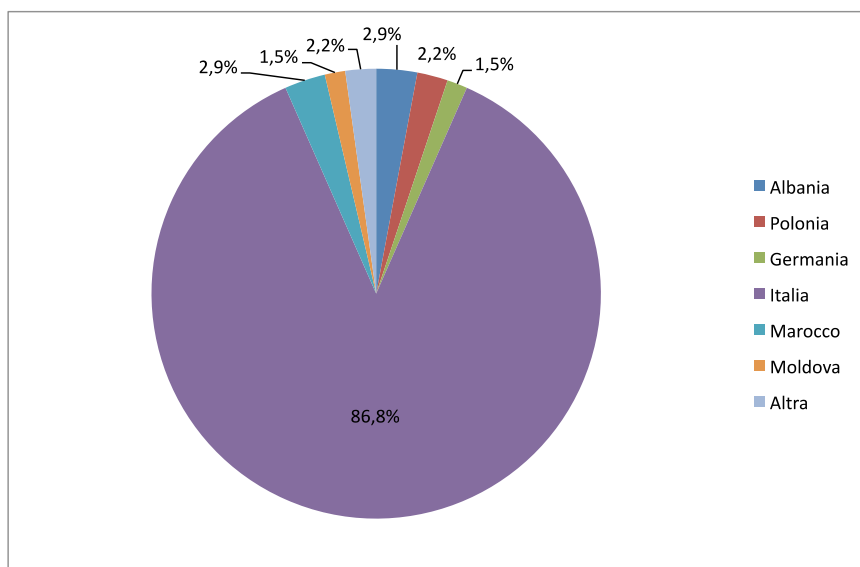
1.2 Il contesto familiare

Graf. 1.6 – Componenti nucleo familiare dei candidati



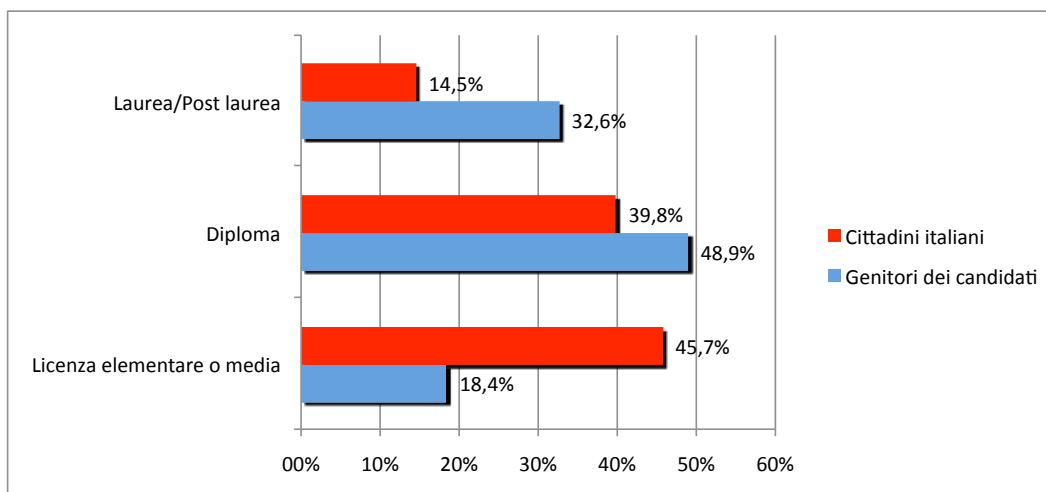
Com'è indicato dal Graf. 1.6, il 44,1% dei candidati alla carica di rappresentante di istituto vive in un “nucleo familiare” composto da 4 componenti, ma percentuali significative si registrano anche in relazione a nuclei familiari più consistenti. Infatti, il 17,6% e il 13,2% dei candidati vivono rispettivamente in famiglie composte da 5 e da 6 (o più) membri. In un solo caso, il candidato condivide la sua casa con un solo familiare, verosimilmente uno dei due genitori. E' proprio sul profilo dei genitori che si concentrano i grafici di seguito riportati.

Graf. 1.7 – Nazionalità dei genitori dei candidati



Anche per quanto riguarda la famiglia, emerge che la gran parte di esse (86,8%) è di cittadinanza italiana. In questo caso si nota una percentuale comunque significativa di “genitori” stranieri o di origine straniera (13,2%). Le nazioni più rappresentate sono il Marocco e l’Albania, la Polonia, la Germania e la Moldova .

Graf. 1.8 – Livello di istruzione dei genitori rapportato al livello d’istruzione dei cittadini italiani (25-64 anni)



Il Graf. 1.8 mostra una comparazione tra il livello di istruzione dei genitori dei candidati e il dato aggregato relativo alla popolazione italiana (adulti compresi tra i 25 e i 64 anni). La discrepanza tra i due *set* di dati è evidente: poco meno della metà dei cittadini italiani ha il solo titolo di licenza

elementare o media, mentre i diplomati si attestano al 39,8% e i laureati al 14,5%. Al contrario, prendendo in considerazione i genitori dei candidati nei sei istituti scolastici umbri, la maggior parte di questi (48,9%) è in possesso del titolo di scuola media superiore (es. licei, istituti professionali, istituti commerciali...), mentre la percentuale di chi ha un titolo di laurea o post-laurea è addirittura superiore al doppio di quella relativa ai cittadini italiani nel complesso. Infatti, sommando i laureati a coloro in possesso di master o dottorato, la percentuale è del 32,6%. Infine, la percentuale di quanti si sono fermati alla scuola media inferiore o all'elementare si ferma al 18,4%.

Ne discende una conclusione di un certo rilievo: un più alto livello di scolarizzazione delle famiglie sembra collegarsi con una più elevata tendenza alla partecipazione alla vita della comunità scolastica. Ampliando ulteriormente la prospettiva si potrebbe quindi ipotizzare (ma l'osservazione va confermata) che la partecipazione alla vita della comunità si collega ad un più elevato livello di scolarizzazione.

A testimonianza di quanto affermato si guardi la tabella sottostante, che traccia un identikit del volontario italiano sulla base di uno studio realizzato nel 2010 dalla Fondazione Roma – Terzo Settore.

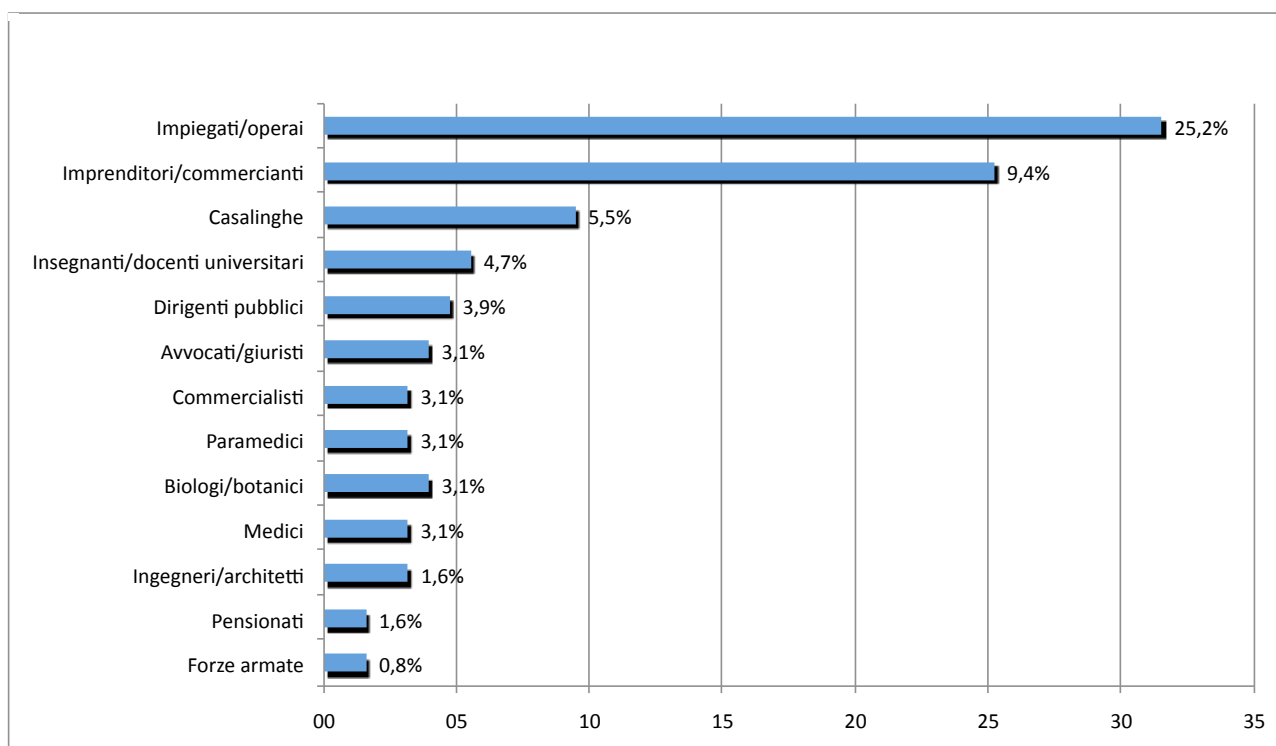
Tab. 1.1 – Profilo del volontario italiano

Profilo del volontario italiano		Totale Intervistati
Sesso		
	maschi	48,8
	femmine	51,2
Classi d'età		
	fino a 29 anni	15,2
	da 30 a 45 anni	26,0
	da 46 a 65 anni	40,8
	oltre i 65 anni	18,0
Stato civile		
	coniugato/convivente con figli	49,8
	coniugato/convivente senza figli	12,4
	nubile/celibe	28,7
	altra condizione	9,1
Titolo di studio		
	Licenza elementare	7,4
	Licenza media	31,4
	Diploma scuola superiore	43,8
	Laurea	17,4
Totale		100,0

Fonte: Fondazione Roma – Terzo Settore 2010

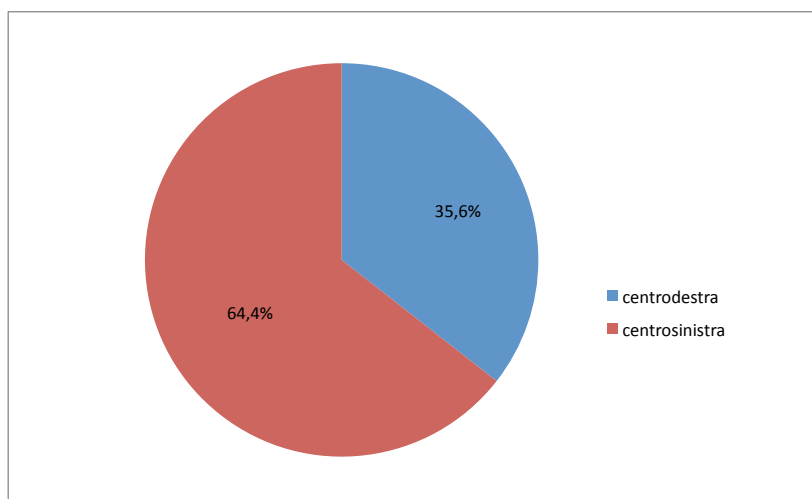
La Tab. 1.1 mostra come il volontario italiano sia soprattutto di sesso femminile, con un'età compresa tra i 46 e 65 anni. Tuttavia, come era stato ipotizzato, è possibile ravvisare una prevalenza di persone con un titolo di studio medio-alto (il 43,8% è la percentuale di diplomati). Inoltre, sebbene la percentuale di chi è in possesso di laurea risulti minore rispetto ai titolari della sola licenza media, essa si attesta comunque di circa tre punti percentuali al di sopra della media italiana dei laureati (14,5%).

Graf. 1.9 – Professioni dei genitori dei candidati



Le professioni dei genitori indicate dai candidati sono state rielaborate in un secondo momento sulla base della categorizzazione Istat. Non sorprende che la categoria maggiormente rappresentata sia quella degli impiegati/operai (25,2%), mentre particolarmente interessante è la seconda posizione occupata dalla categoria “imprenditori/commercianti” (9,4%), nella quale rientrano, oltre ai titolari di piccole e medie imprese, anche gli esercenti, i commercianti e gli artigiani. Le casalinghe si attestano al 5,5% nel complesso, mentre altre professioni trovano una rappresentanza minore. Tra queste figurano gli insegnanti e i docenti universitari e i commercialisti. I genitori pensionati rappresentano solamente l'1,6% del campione. Sorprende in parte il fatto che non sia più alto il dato relativo ai figli di insegnanti dal momento che si tratta di un evento che riguarda la vita scolastica a cui si presume “genitori insegnanti” dovrebbero porre particolare attenzione e quanto meno trasmettere un lascito significativo di impegno civile.

Graf. 1.10 – Estrazione politica dei genitori

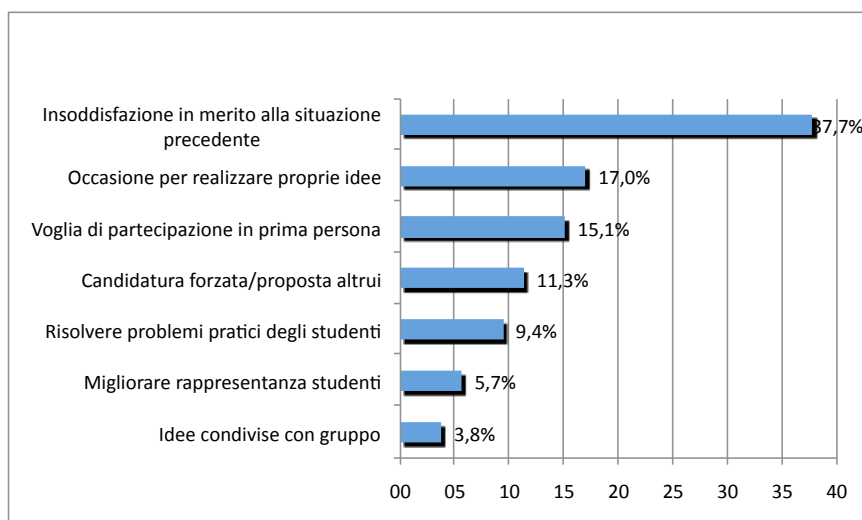


Anche nel caso della nostra indagine l’Umbria sembrerebbe confermare il proprio status di “regione rossa”: il 64,4% dei genitori dei candidati alla rappresentanza degli studenti, votano, in base a quanto i ragazzi intervistati sostengono nel questionario, per un partito di centrosinistra, mentre il 35,6% vota per un partito appartenente alla coalizione di centrodestra. Questo dato lascia spazio ad una duplice interpretazione: da una parte ci si trova, come già detto, in una regione “prevalentemente rossa” e come tale con una più alta rappresentanza di genitori di sinistra. Nello stesso tempo si può ipotizzare che l’impegno nella scuola e nei suoi organi venga particolarmente coltivato nei nuclei familiari di sinistra più che in quelli di destra. Si tratta in ogni caso di un dato di un certo interesse anche perché la differenza tra le due diverse appartenenze è piuttosto marcata.

La campagna elettorale.

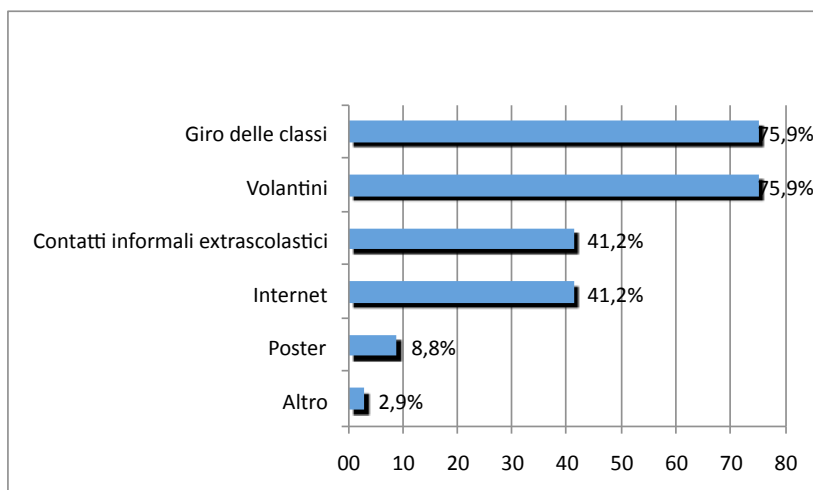
2.1 Gli strumenti di promozione elettorale

Graf. 1.11 – Motivazioni alla base della candidatura



Il primo passo da compiere nel percorso d'analisi delle modalità di azione e di competizione elettorale all'interno delle scuole consiste nel fare chiarezza su quali sono le ragioni fondamentali che hanno indotto i diversi studenti ad avanzare la propria candidatura per il Consiglio d'istituto. Qual è stata, in definitiva, la molla che ha fatto scattare i candidati e che li ha spinti verso un maggiore impegno nella gestione della scuola e delle attività ad essa connesse? Per il 37,7% degli studenti, la ragione fondamentale coincide con una sostanziale insoddisfazione nei confronti della situazione vigente. Tale insoddisfazione assume svariate tonalità e contempla diversi ambiti: dal modo in cui le cose sono state gestite alla scarsa razionalità con cui, secondo alcuni, le risorse sono state investite; dall'intenzione di apportare un miglioramento all'ambiente scolastico alla scarsa valorizzazione delle risorse umane. Il 17,0% degli studenti, invece, vede la candidatura come una possibilità effettiva di far valere e di mettere in atto le idee che hanno maturato nel corso del loro percorso formativo. Interessante notare, invece, come nell'11,3% dei casi la candidatura maturi su proposta altrui (il capolista, nella maggioranza dei casi) oppure è stata il frutto addirittura di una "forzatura" (alcuni studenti hanno risposto letteralmente: "Sono stato costretto/a a candidarmi").

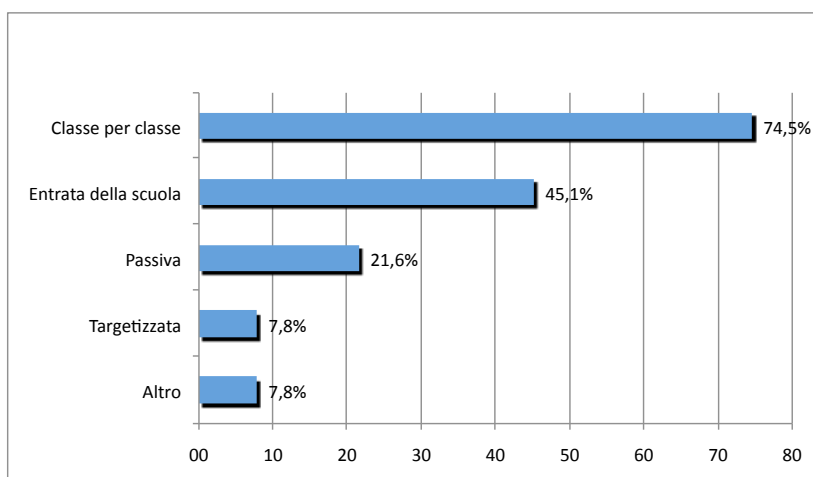
Graf. 1.12 – Strumenti di campagna utilizzati dai candidati¹



Gli strumenti caratterizzanti questa campagna elettorale sono quelli tipici della campagna “grassroots”, della campagna cioè tradizionale, imperniata prevalentemente sul faccia a faccia. Innanzitutto ci sono i volantini ideati dagli stessi candidati (75,9%) e il “giro delle classi”, volto soprattutto a diffondere una conoscenza capillare dei componenti delle liste in concorrenza tra loro (75,9%). Quest’ultima modalità d’azione, anche per la sua facile ed efficace realizzazione, è strettamente dipendente dalla specificità del contesto competitivo in esame. Meno della metà dei candidati (41,2%) ha prolungato la propria azione elettorale oltre le mura scolastiche, facendo propaganda elettorale anche in contesti e in orari extrascolastici. Allo stesso modo, il 41,2% dei candidati ha fatto ricorso al web come strumento promozionale integrativo. Ciò che sembra emergere con una certa evidenza è appunto la convinzione da parte dei candidati che il perno della campagna elettorale non può che essere un’azione “grassroots” (contatti diretti con gli elettori), mentre il web ed altri strumenti meno diretti possono giocare un importante ruolo integrativo, ma non sostitutivo, di una campagna face-to-face.

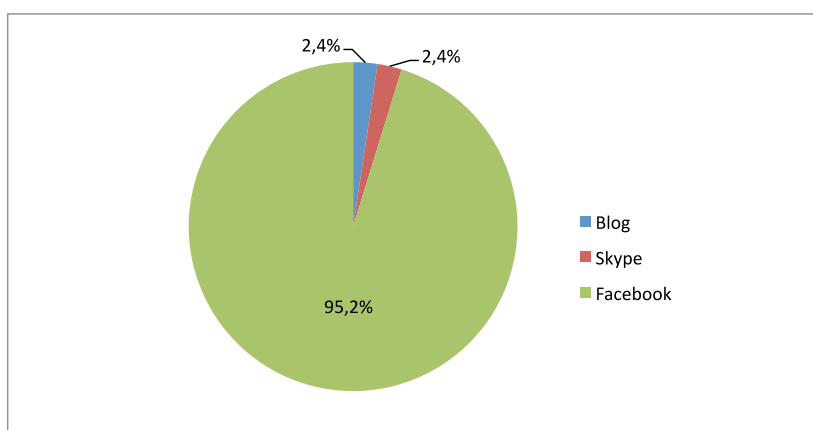
¹ La somma delle percentuali è superiore al 100% in quanto, dato che una campagna elettorale è fondata sull’utilizzo congiunto di una molteplicità di strumenti promozionali, ai candidati è stata data la possibilità di indicare più di uno strumento.

Graf. 1.13 – Volantini elettorali: la strategia distributiva²



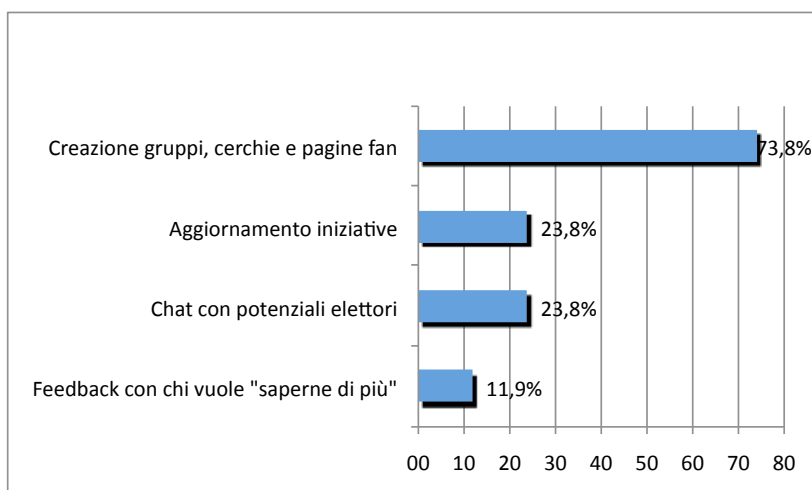
Questo grafico è esemplificativo di come le modalità di promozione di una candidatura possano essere integrabili fra loro. Infatti, ad esempio, il giro delle classi può essere teso proprio ad una distribuzione capillare dei volantini: infatti, la distribuzione classe per classe è la modalità distributiva a cui i candidati che hanno ideato volantini hanno fatto ricorso maggiormente (74,5%). Meno della metà ha distribuito i volantini all'entrata della scuola all'inizio delle lezioni (45,1%), mentre in pochi hanno optato per una strategia distributiva passiva (ossia volta a raccogliere i volantini in zone di passaggio in modo da farli ritirare personalmente agli elettori) o targetizzata (ossia indirizzata a specifiche fasce elettorali).

Graf. 1.14 – Internet: i programmi utilizzati



² La somma delle percentuali è superiore al 100% in quanto i volantini elettorali possono avere svariate modalità distributive attuabili congiuntamente.

Graf. 1.15 – Internet: come è stato utilizzato³

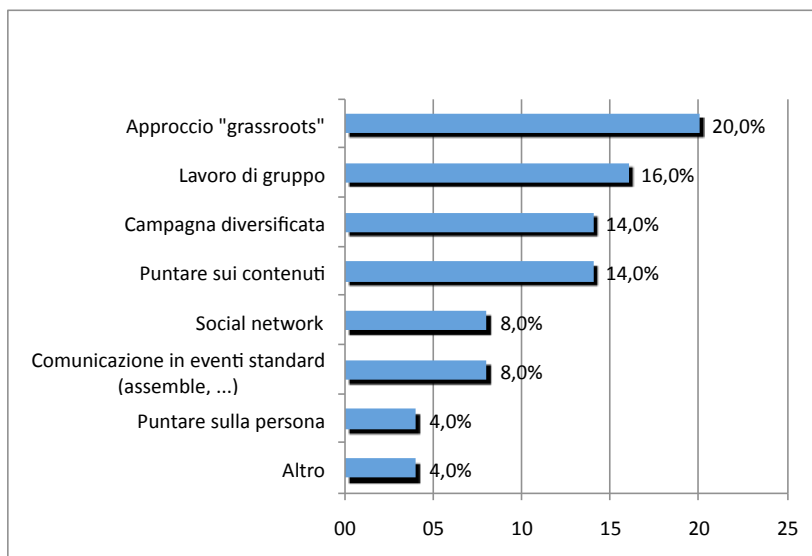


I due grafici ci mostrano dati relativi all'utilizzo di internet da parte dei candidati. Nella campagna elettorale per le elezioni studentesche, utilizzare internet vuol dire pressoché esclusivamente utilizzare Facebook. Infatti, il 95,2% di coloro che hanno usato il web per la loro campagna elettorale hanno agito su Facebook, mentre in un solo caso è stato privilegiato Skype e in un altro caso è stato aperto un blog dedicato. Ma, praticamente, in che modo è stato utilizzato Facebook? Il Graf. 16 ci suggerisce che il 73,8% dei candidati ha creato dei gruppi o delle pagine "fan", dagli spazi virtuali, in definitiva, in cui gli interessati possono facilmente rintracciare un certo candidato o una certa lista. Un minore utilizzo hanno avuto lo strumento delle chat o dei blog, attraverso cui i candidati si rendevano disponibili a rispondere direttamente ad altri studenti interessati a saperne di più in merito alla piattaforma politico/programmatica sostenuta.

³ La somma delle percentuali è superiore al 100% in quanto Facebook si presta ad un utilizzo diversificato, per cui ai candidati è stata data la possibilità di scelta multipla tra le diverse opzioni.

2.2.L'organizzazione della campagna elettorale.

Graf. 16 – Tratti distintivi dell'azione elettorale

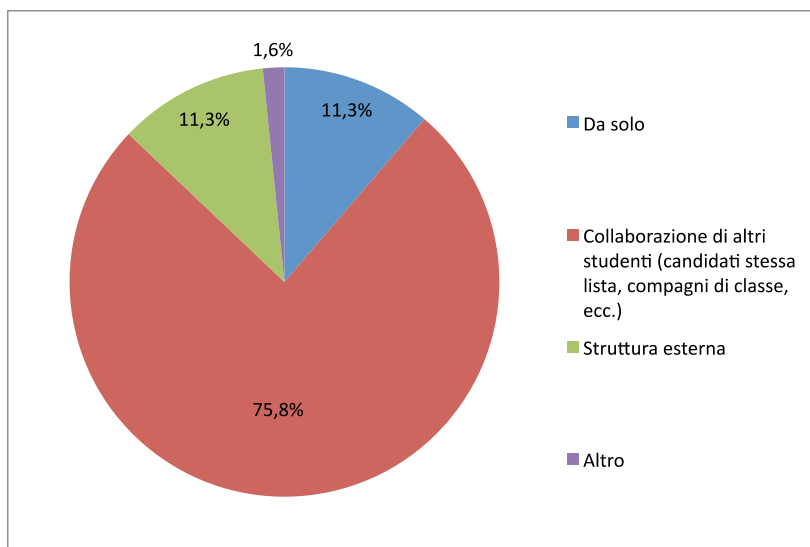


Nell'ambito dell'organizzazione e della pianificazione strategica della campagna elettorale, è stato chiesto agli studenti quale fosse il tratto distintivo della propria azione promozionale (approccio volto a promuovere il singolo candidato o la lista? Approccio face-to-face o indiretto? Immagine o contenuti?). In questo caso i candidati hanno risposto liberamente ad una domanda aperta che, successivamente, i ricercatori si sono incaricati di rielaborare e ricodificare nelle voci qui presentate. Naturalmente, le diverse voci non sono mutualmente esclusive: qualunque campagna, dalla più complessa alla più elementare, si caratterizza per un utilizzo congiunto di più strumenti, più forme d'azione, più strategie. Compito dei ricercatori è stato quello di individuare la "tendenza dominante". Con "approccio grassroots" si intende, per l'appunto, una strategia prevalentemente volta al contatto personale con gli elettori, mirata a presidiare "alla base" il proprio elettorato di riferimento. "Lavoro di gruppo" individua la tendenza secondo la quale è lo "staff" a giocare un ruolo determinante. Lo staff, come vedremo, può comporsi a seconda dei casi di una struttura esterna (associazione/partito) o semplicemente di amici o compagni di classe. "Campagna diversificata" mette l'accento sull'intenzione dei candidati di non lasciare nulla di intentato, presidiando più canali comunicativi e più forme d'azione e di contatto con gli elettori. La voce "puntare sui contenuti" si riferisce a quei candidati che individuano nelle loro proposte concrete il loro cavallo di battaglia, mentre "social network" identifica una campagna maggiormente orientata alla promozione del candidato attraverso la piattaforma del web. In ultimo, "comunicazione in eventi standard" attiene a forme di comunicazione "istituzionale", appositamente previste affinché i candidati possano presentarsi (es. assemblee di istituto), mentre "puntare sulla persona" inquadra

quella strategia per cui il candidato decide di far leva prevalentemente sulla propria immagine e sulla propria popolarità presso l'elettorato.

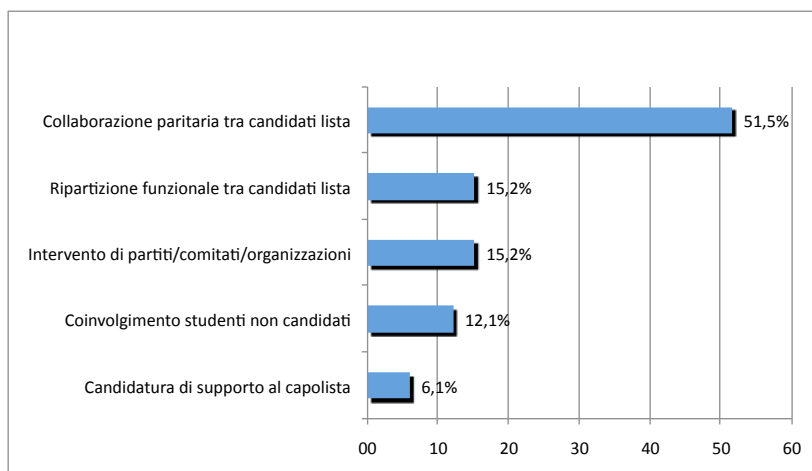
Non si registrano distanze enormi tra le varie risposte. Il 20% di quanti hanno risposto ha puntato sul contatto diretto con la base elettorale, mentre il 16% si è contraddistinto per aver scommesso sul lavoro di gruppo. Minore rilevanza è stata attribuita, come era peraltro già emerso in precedenza, ai social network e alla promozione della singola persona.

Graf. 1.17 – Assetto organizzativo



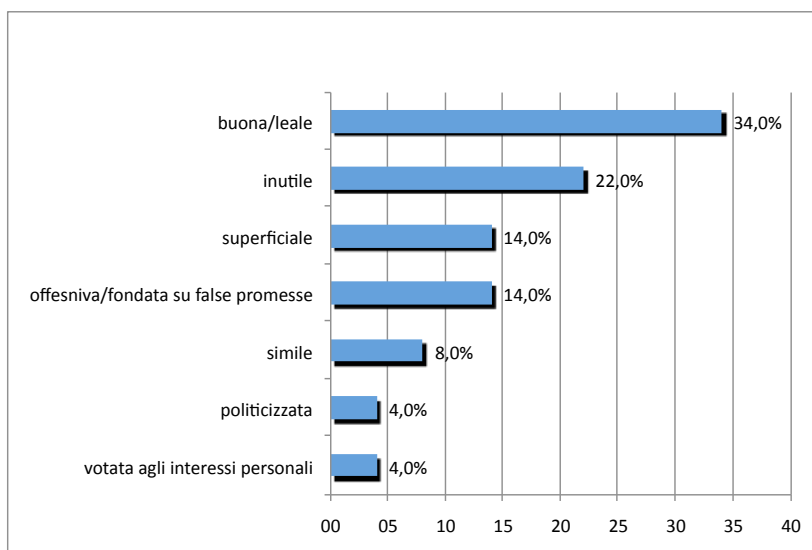
Per quanto concerne l'assetto organizzativo, è opportuno sottolineare che dato il particolare scenario che fa da sfondo alla nostra analisi è verosimile non aspettarsi una struttura caratterizzata da alcuna complessità. Infatti, il 75,8% dei candidati evidenzia come la struttura sia in realtà composta dagli studenti stessi, ossia i candidati all'interno di un'unica lista, o al massimo da amici e compagni di classe, mentre nell'11,3% dei casi il candidato pianifica e porta avanti da solo la propria azione. Sempre dell'11,3% è la percentuale attinente a chi casi è coadiuvato da strutture esterne, perlopiù riconducibili ad associazioni partitiche, giovanili e studentesche.

Graf. 1.18 – Caratteristiche dell’assetto organizzativo

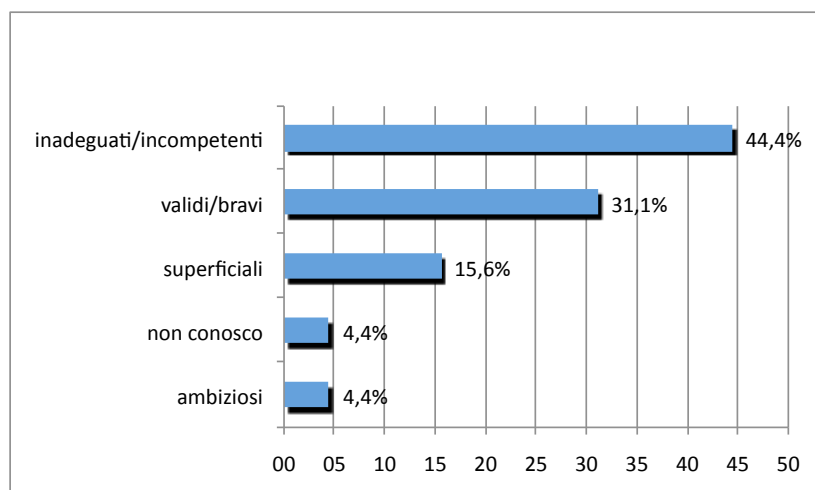


Tuttavia, anche se minima, una certa forma organizzativa trova attuazione all’interno delle diverse liste che concorrono per esprimere un proprio rappresentante in Consiglio. Nel 31,5% dei casi questa consiste in una collaborazione paritaria tra i candidati, indipendentemente dalla loro collocazione in lista, una collaborazione, quindi, che non contempla una effettiva suddivisione strategica tra i vari studenti. Più sporadici sono i casi in cui una ripartizione funzionale esiste (15,2%), e, pertanto, a ciascun candidato è assegnata la responsabilità di un determinato aspetto della campagna, oppure i casi in cui i candidati hanno alle spalle organizzazioni esterne (di cui fanno parte e all’interno delle quali collaborano in contesti extrascolastici) o studenti non candidati.

Graf. 1.19 – Giudizio sulla campagna elettorale dei concorrenti



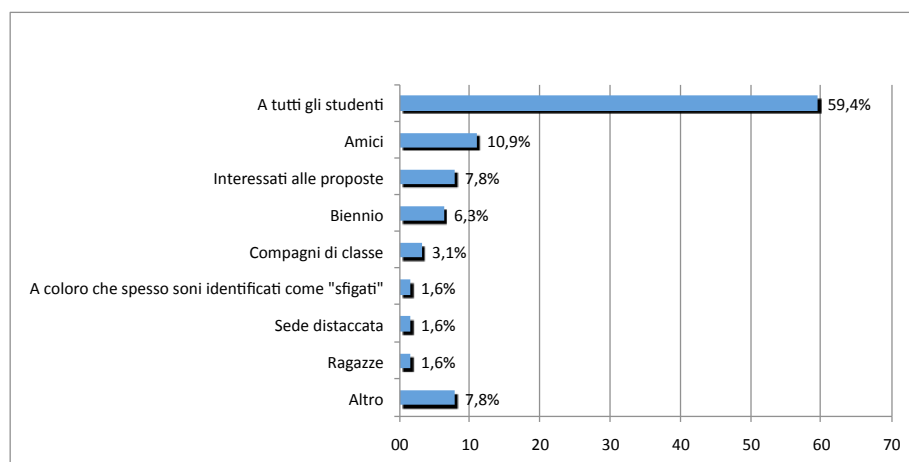
Graf. 1.20 – Giudizio personale sui concorrenti



Venendo alla percezione dei candidati in merito alla campagna dei loro *opponents* e all'adeguatezza di questi ultimi per ricoprire la carica in palio, è possibile parlare di una certa propensione al *fair play*. Per quanto concerne la campagna elettorale degli avversari, il 34% di quanti hanno risposto la definisce buona o leale, anche se è possibile rintracciare, subito a seguire, una serie di giudizi nettamente negativi: per il 22% è stata inutile, mentre il 14% dei candidati la qualifica come superficiale oppure offensiva/basata su promesse ingannevoli.

Passando ai giudizi sulla persona dei concorrenti, le risposte si fanno meno accomodanti. Infatti, poco meno della metà dei rispondenti (44,4%) ritiene gli avversari inadeguati a rivestire il ruolo di rappresentanti, se non addirittura incompetenti. Emerge comunque un 31% di studenti che parla dei propri avversari come brave persone (o valide), ma poi spicca un 15% di studenti che li definisce "superficiali".

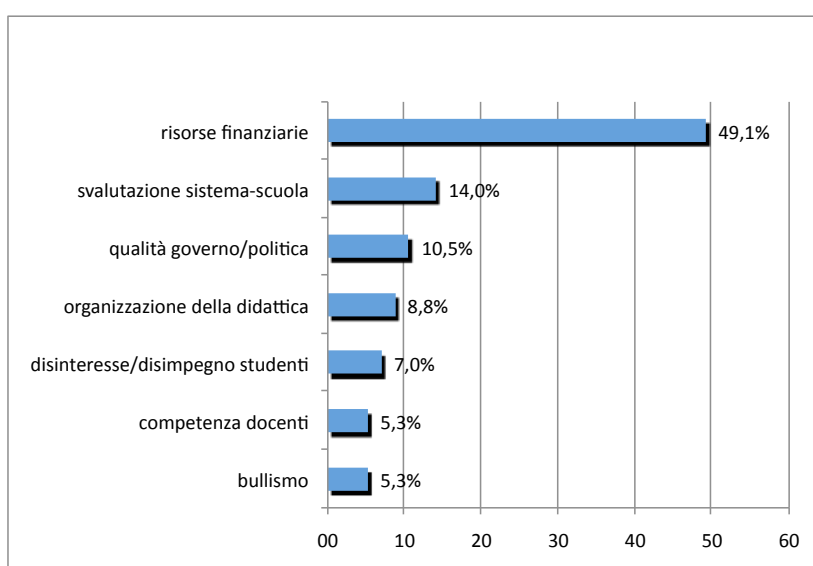
Graf. 1.21 – Identificazione del target della campagna



Ai candidati è stato chiesto, inoltre, se avessero individuato uno specifico target da raggiungere nella loro campagna elettorale, o se intendessero indirizzare le iniziative all'interno di quest'ultima indiscriminatamente verso tutti gli studenti dell'istituto. Il 59,4% dei candidati ritiene di dover parlare a tutte le fasce elettorali, mentre il 40,6% manifesta l'intenzione di puntare su specifiche categorie. Tra queste spiccano in particolare gli amici (10,9%), coloro che mostrano interesse nei confronti della piattaforma programmatica (7,8%) e, soprattutto nel caso dei candidati più giovani, gli studenti del biennio (6,3%).

2.3 Temi e issues della campagna

Graf. 1. 22 – I problemi del sistema dell'istruzione



Ai candidati è stato chiesto di indicare quello che, secondo loro, è il maggiore problema che caratterizza il sistema scolastico italiano nel suo complesso. La maggioranza relativa di questi (49,1%) identifica il problema economico, “poche risorse”, come quello più stringente. Altri (14,0%), invece, pongono l'accento su una sostanziale svalutazione, sul degrado e la perdita di credibilità del sistema-scuola nella sua interezza, mentre altri ancora riconducono i “mali” della scuola alla scarsa qualità della classe dirigente politica e governativa (10,5%). Gli studenti, in questa prospettiva più generale, sembrano autoassolversi: solo il 7% di essi ritengono che il problema principale vada rintracciato nel progressivo disimpegno e nello scarso interesse degli studenti nei confronti dell'istituzione scolastica.

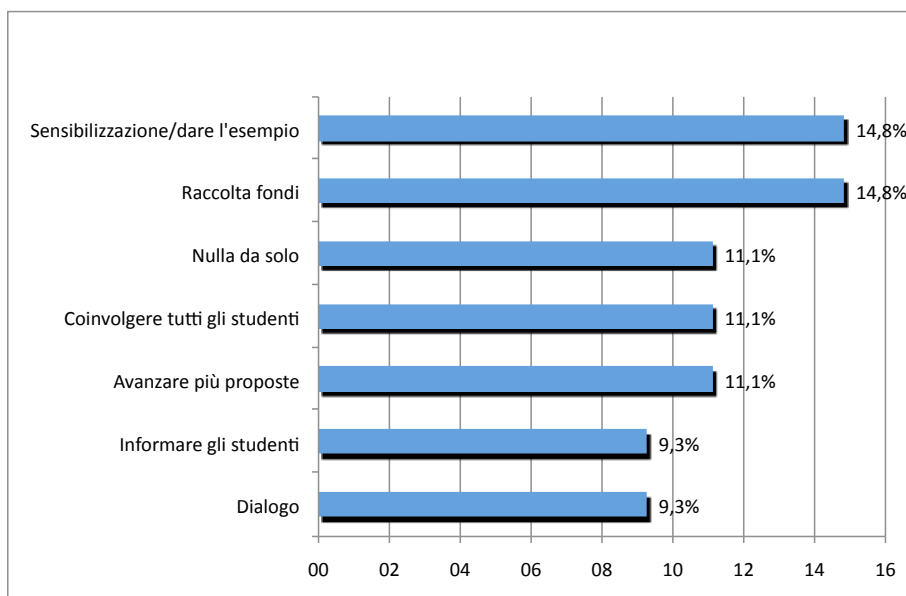
Tab. 1.2 – I maggiori problemi del proprio istituto per scuola

Problema dell'istituto	Liceo Plinio C. di Castello	ITI Foligno	IPSIA Perugia	ITIS Perugia	Liceo Pieralli Perugia	Liceo Scientifico Orvieto	Totale
disinteresse studenti	60,0	0,0	0,0	0,0	4,5	62,5	20,7
attrezzature/strutture scolastiche/servizi igienici	0,0	0,0	50,0	22,2	27,3	0,0	19,0
risorse finanziarie	30,0	66,7	16,7	0,0	22,7	0,0	19,0
organizzazione didattica	0,0	0,0	0,0	33,3	13,6	12,5	12,1
rapporto con docenti/presidenza	0,0	0,0	16,7	11,1	18,2	12,5	12,1
condotta studenti	0,0	0,0	16,7	0,0	13,6	0,0	6,9
competenza docenti	10,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	3,4
trasporti	0,0	0,0	0,0	22,2	0,0	0,0	3,4
nessuno	0,0	0,0	0,0	11,1	0,0	0,0	1,7
rappresentatività eletti	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	12,5	1,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Passando dal sistema scolastico italiano al singolo istituto frequentato, sembrano mutare anche le problematiche più sentite ed emergono anche alcune significative differenze che, però, vanno pesate rispetto al numero piuttosto limitato delle risposte nei vari items. Il 20,7% degli intervistati ritiene allarmante il disinteresse dei propri compagni di scuola nei riguardi dell'istituto e della sua gestione. Questo dato emerge soprattutto in relazione a due istituti in particolare: il Liceo Classico di Città di Castello e il Liceo Scientifico di Orvieto. Proseguendo, il 19,0% crede che anche a livello locale sia la scarsità di fondi il problema maggiore (questa percentuale è particolarmente rilevante all'ITI di Foligno). Sempre il 19% ravvisa un'estrema carenza nella qualità delle attrezzature, dei servizi igienici (problema particolarmente sentito all'Ipsia di Perugia) e delle strutture scolastiche nel loro complesso, mentre il 12,1% pone in risalto la problematica dei difficili rapporti con la dirigenza e il corpo docente. All'Itis di Perugia emerge un problema di organizzazione della didattica, mentre un certo numero di studenti dell'ITI di Foligno lamenta la competenza dei docenti.

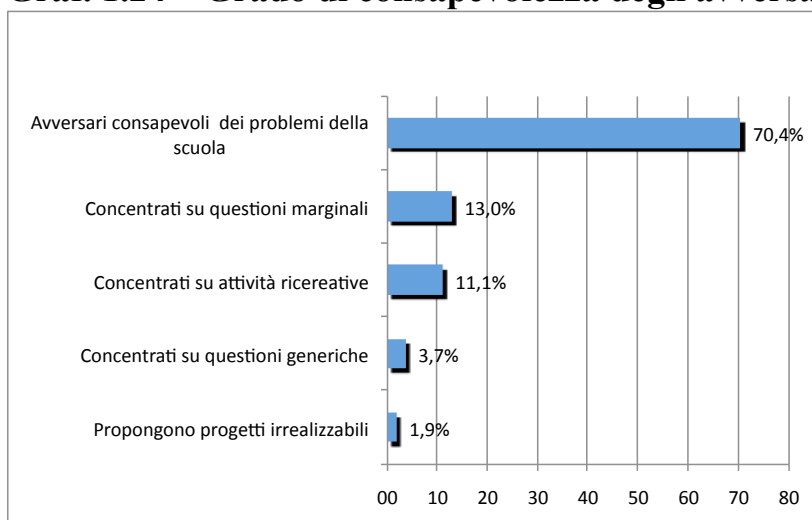
Il passo successivo è consistito nel chiedere agli studenti quale contributo credono di poter dare, in veste di rappresentanti, alla risoluzione dei problemi individuati.

Graf. 1.23 – Come può il candidato far fronte ai problemi



Vige un sostanziale equilibrio tra le possibili soluzioni proposte. Il 18,5% dei candidati ritiene che sia opportuno promuovere ed incentivare una maggiore collaborazione tra gli studenti, il corpo docente e la dirigenza scolastica, soluzione che, peraltro, ben si presta a contemplare un ruolo di snodo per un eventuale rappresentante studentesco. Una percentuale minore di candidati (14,8%) ritiene che sia importante una generale opera di sensibilizzazione e di presa di coscienza collettiva dei problemi dell'istituto, anche dando l'esempio in prima persona. La stessa percentuale si ravvisa tra coloro che credono che il rappresentante debba partecipare attivamente al reperimento di risorse finanziarie per la scuola attraverso la programmazione di una serie di iniziative dedicate a tale scopo (es. mercatini).

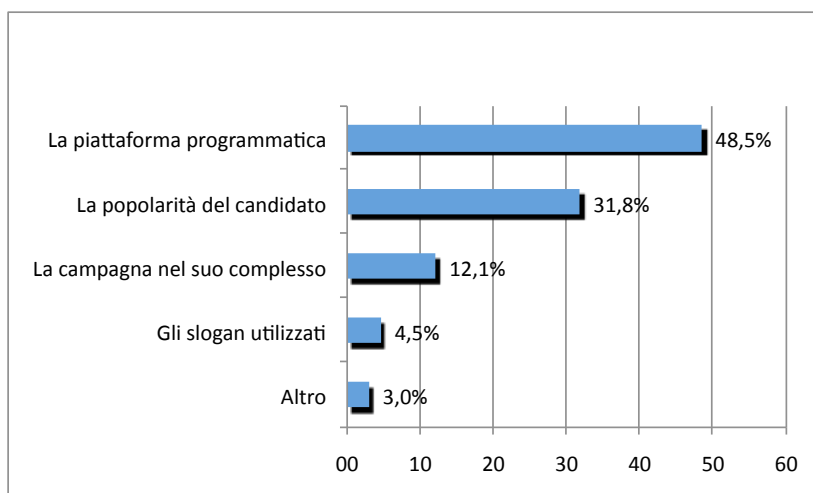
Graf. 1.24 – Grado di consapevolezza degli avversari nei confronti dei problemi



Sempre restando nell'ambito delle problematiche concrete, una stragrande maggioranza di studenti (70,4%) ritiene che anche i concorrenti siano perfettamente consapevoli della gravità dei problemi dell'istituto, mentre il 29,6% pensa che essi tendano a concentrarsi su altre questioni, principalmente marginali (13,0%), ricreative (11,1%), o generiche/poco concrete (3,7%).

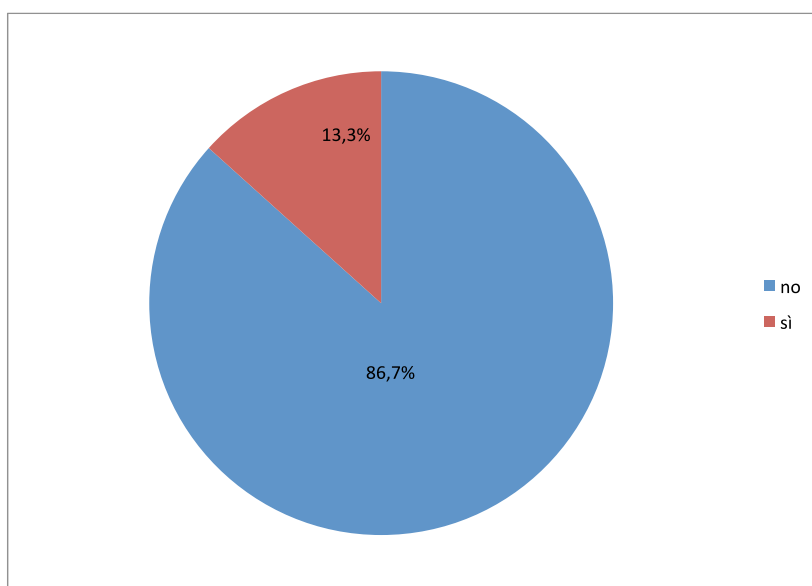
Il candidato, la campagna e l'impegno civico.

Graf. 1.25 – Il cavallo di battaglia elettorale



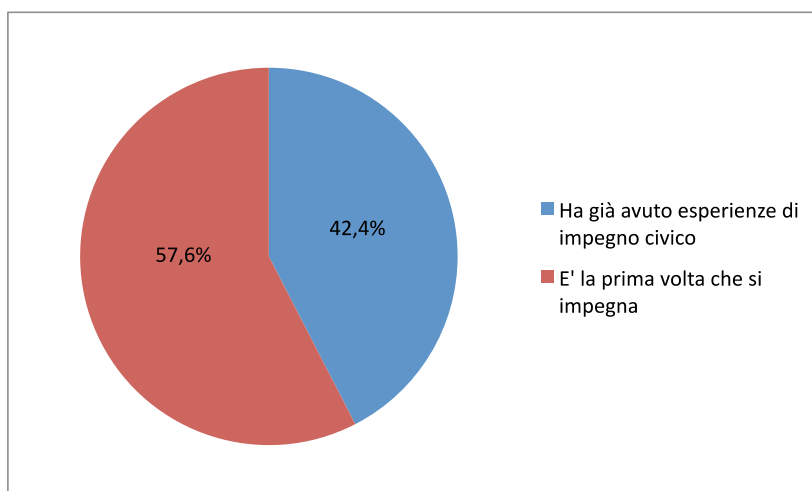
Nonostante, come detto, la campagna elettorale richieda una pianificazione fondata sull'utilizzo congiunto di molteplici strumenti e di svariati approcci strategici, è sempre possibile rintracciare un tratto distintivo per ogni candidato, un elemento caratterizzante che lo distingue dai concorrenti e che, pertanto, possa essere identificabile come suo "cavallo di battaglia". I candidati intervistati, rispondendo alla richiesta di indicare quello che – secondo loro – è il valore aggiunto della loro azione elettorale, hanno fornito diverse indicazioni. Quasi la metà dei candidati (il 48,5%) individua nelle proposte concrete messe in campo il *plus* della propria campagna, ma un significativo 31,8% parla della propria popolarità (il fatto di essere conosciuto da molti) come l'elemento probabilmente in grado di avere un effetto positivo sulla propria performance elettorale. Una minore percentuale di candidati ritiene che la campagna nel complesso (12,1%) o che gli slogan e i giochi di parole utilizzati (4,5%) abbiano rappresentato un fattore suscettibile di fare la differenza. Riteniamo che l'attenzione posta sulla "popolarità" costituisca in effetti la chiave di lettura più importante: si presenta come candidato e si vota lo studente che ha più seguito, che è più attivo e conosciuto tra i compagni. Insomma un primo passo verso la leadership.

Graf. 1.26 – Mutamenti nello stile/comportamento dei neocandidati

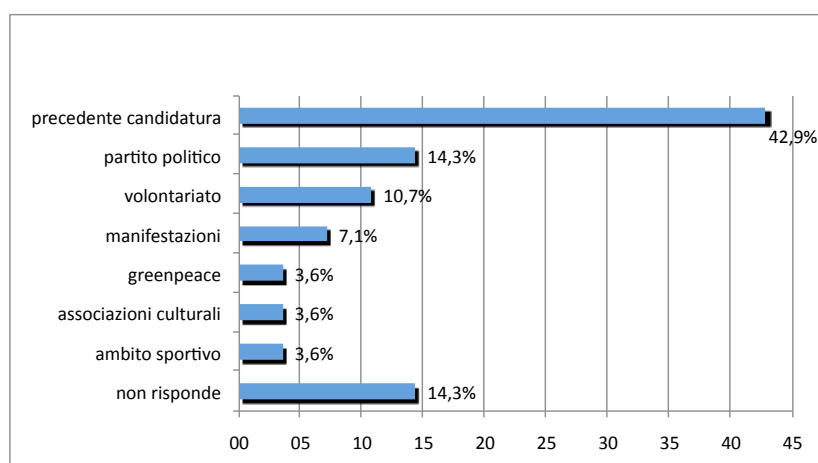


Alla domanda se la candidatura avesse in qualche modo cambiato il candidato nello stile, nel comportamento o in altri aspetti, la maggior parte degli intervistati (86,7%) ha dato una risposta prevedibilmente negativa, rimarcando, in molti casi, l'importanza di restare coerenti nelle proprie idee e nei propri comportamenti. Tuttavia, quei pochi che hanno dato risposta affermativa, riportano che la candidatura li ha resi più interessati alle vicende scolastiche, più responsabili nel rapporto con i docenti, maggiormente consapevoli del fatto di essere personalità di riferimento per gli altri studenti. Un riconoscimento di quali siano le possibilità di maturazione insite nella partecipazione alle gestione della comunità a cui si appartiene?

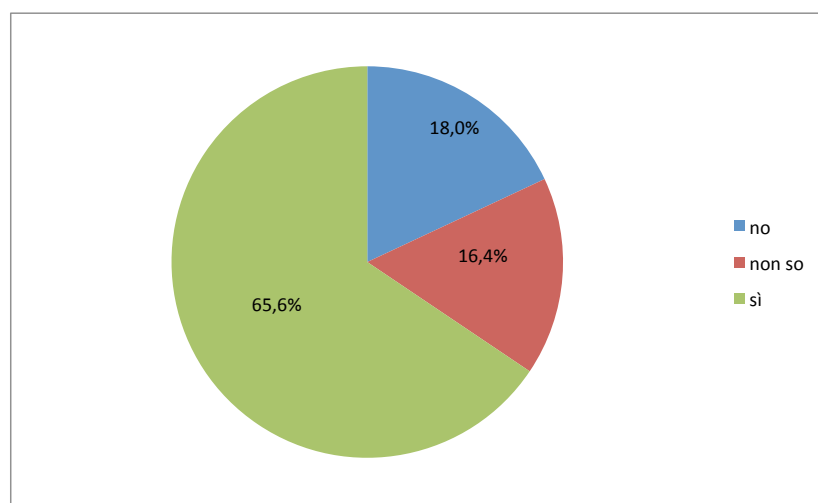
Graf. 1.27 – Precedenti esperienze di impegno in prima persona (dentro e fuori la scuola)



Graf. 1.28 – Le esperienze precedenti

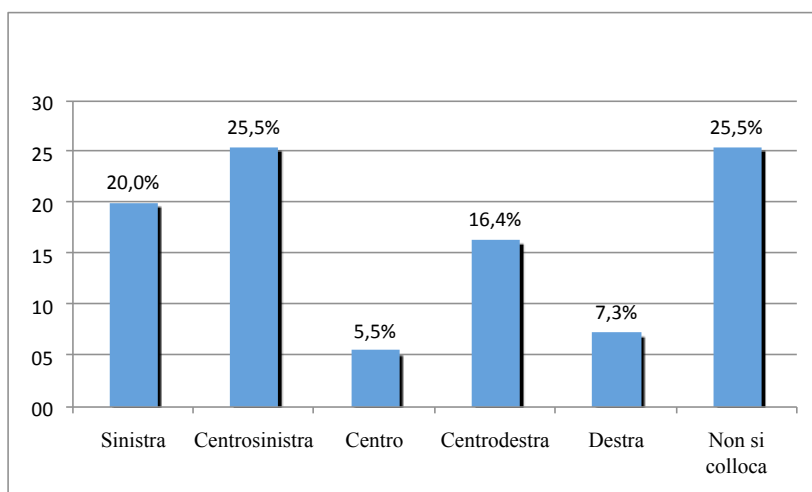


Graf. 1.29 – Prospettive di impegno futuro



Il 57,6% dei candidati sottolinea che, concorrendo per rappresentare gli studenti, si trova dinanzi alla prima esperienza di impegno civico, mentre per il 42,4% dice di avere dei precedenti in tal senso. Tuttavia, come il Graf. 1.28 dimostra, tali precedenti coincidono sostanzialmente con precedenti candidature al Consiglio di istituto, mentre più sporadico è l'impegno al di fuori della scuola. In ogni caso, è incoraggiante notare come ben il 65,6% degli studenti candidati si dice pronto e sicuro di impegnarsi nuovamente in futuro (non necessariamente nello stesso ambito o per la stessa carica), il 16,4% non ha le idee ben chiare, mentre il 18% tende ad escluderlo.

Graf. 1.30 – Collocazione politica dei candidati



Ai candidati è stato chiesto di collocarsi su un ipotetico continuum destra-sinistra: il 25% di essi non si è dato una collocazione politica. Tra coloro che si danno una collocazione politica prevale abbastanza nettamente quella di centro-sinistra o di sinistra. Più precisamente, il 55,5% dei rispondenti è appartenente all'area di (centro)sinistra: tra questi il 20% si dice di sinistra estrema, mentre il 25,5% si identifica in posizioni più moderate seppur sempre nell'area di centrosinistra. Solo il 23,7% dei candidati si attesta su posizioni di destra, e nello specifico, il 7,3% ha una posizione vicina alla destra estrema. In ogni caso, è la casella "centro" ad essere la meno popolata: solo 3 studenti si pongono nel centro dei due schieramenti, senza propendere per nessuno di essi.

Come abbiamo detto, molti hanno difficoltà a collocarsi per una serie disparata di ragioni: alcuni semplicemente si dicono non interessati, altri riconoscono di non avere le idee molto chiare al riguardo, mentre altri ancora sono mossi da diffidenza nei confronti della politica o dalla convinzione che l'asse-destra sinistra non sia adatto a rappresentare adeguatamente le proprie idee. La tabella successiva ambisce a cercare una possibile continuità tra la collocazione politica dei genitori e quella dei candidati.

Tab. 1. 3 - Estrazione politica dei genitori per collocazione politica dei candidati

Autocollocazione intervistati	Collocazione politica dei genitori		
	Centrosinistra	Centrodestra	Non sa
Sinistra	31,4	7,1	12,9
Centrosinistra	43,1	7,1	12,9
Centro	5,9	3,6	6,0
Centrodestra	3,9	42,9	18,0
Destra	7,8	14,3	8,0
Non si colloca	7,8	25,0	54,8
Totale	100,0	100,0	100,0

La Tab. 1.3 dimostra in maniera piuttosto netta che, sia nel caso di genitori di centrodestra che di centrosinistra, si registra una forte continuità tra propensione politica dei genitori e dei figli, a testimonianza di un ruolo chiave giocato dall'ambiente familiare nel determinare le preferenze politiche. Una maggiore fedeltà all'orientamento familiare, tuttavia, si registra in relazione ai candidati di centrosinistra. Infatti, nel 74,5% dei casi, gli studenti candidati si collocano sulla stessa rea politica dei genitori: nello specifico, il 31,4% si pone sulla sinistra estrema, mentre il 43,1% preferisce partiti di centrosinistra. Il "tradimento" si registra solamente nell'11,7% dei casi, ma quando accade è piuttosto brusco; infatti, tra questi, il 7,8% dei candidati si colloca nell'area di destra estrema.

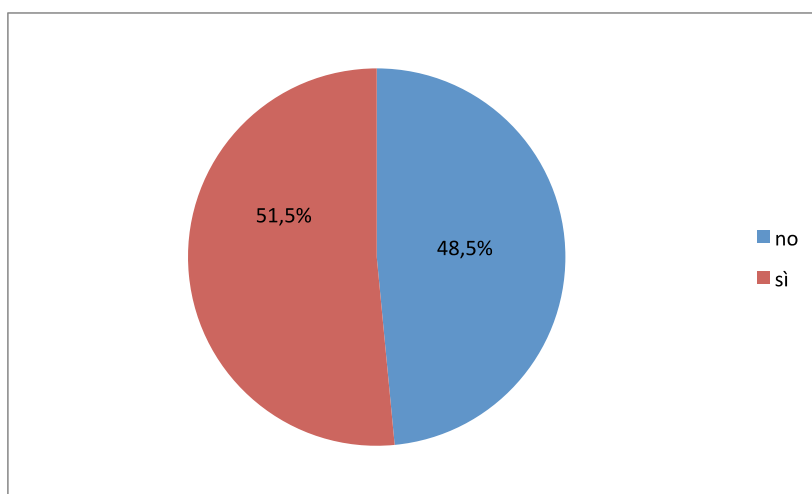
Per quanto riguarda le famiglie aventi un background di centrodestra, anche in questo caso si ravvisa una forte fedeltà all'orientamento politico familiare. Il 57,2% dei candidati si colloca in un'area di destra, e tra questi, il 14,3% su un'area di estrema destra. Anche in questo caso il "tradimento" è contenuto (14,2%), mentre molto più significativa è la percentuale di indecisi che equivale esattamente ad un quarto dei candidati aventi genitori di centrodestra. Da rilevare anche la coerenza del dato relativo a chi "non si colloca": infatti, il 54,8% di quanti non sanno/non rispondono in merito alla collocazione politica dei genitori non riescono a collocare neppure essi stessi sull'asse destra-sinistra.

Tab. 1.4 - Estrazione politica dei genitori per impegno civico dei candidati.

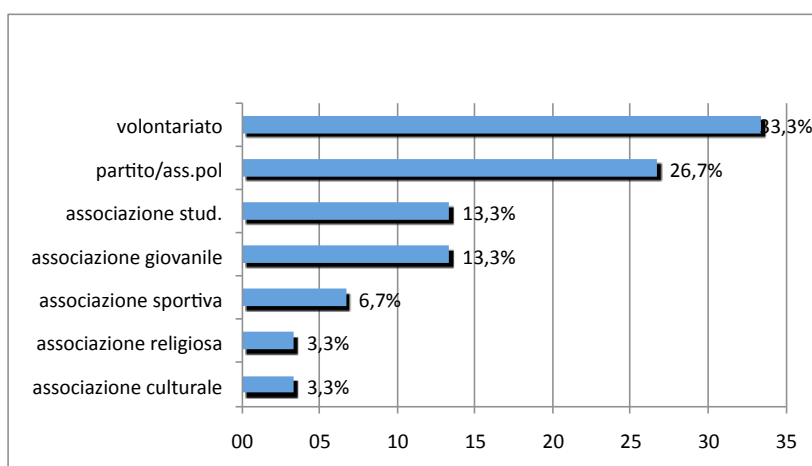
Impegno civico degli studenti	Estrazione politica dei genitori		
	Centrodestra	Centrosinistra	Non sa
Sì precedenti	45,2	56,4	50,0
No precedenti	54,8	43,6	50,0
Totale	100,0	100,0	100,0

In maniera differente rispetto a quanto emerge in relazione agli studenti-elettori, in questo caso l'appartenenza politica dei genitori non sembra giocare un ruolo chiave nell'incentivare l'impegno civico degli studenti candidati. Tuttavia, è opportuno rilevare che un ambiente familiare di centrosinistra sembra favorire maggiormente l'impegno civico dei ragazzi rispetto ad un ambiente familiare di centrodestra. Infatti, il 56,4% di ragazzi aventi genitori di centrosinistra hanno precedenti di impegno civico, mentre, nel caso di famiglie di centrodestra, questa percentuale si abbassa al 45,2%.

Graf. 1.31 – Appartenenza a gruppi organizzati



Graf. 1.32 – Gruppi organizzati in cui il candidato è impegnato



In ultimo, è interessante notare come la maggioranza dei candidati (51,5%) sia iscritto ad associazioni o svolge attività sociali nell’orario extrascolastico. In particolare, la maggior parte degli “impegnati” fa parte di gruppi di volontariato; tuttavia, emerge una consistente “fetta” di studenti alle prese con partiti o associazioni politiche (prevalentemente associazioni giovanili collegate ai partiti). Minore richiamo sembrano avere associazioni studentesche e giovanili e associazioni culturali e religiose. Come era facile prevedere, le elezioni studentesche sembrano costituire occasione ulteriore di un’abitudine all’impegno civile già esistente.

Parte 2

Le campagne elettorali studentesche viste dagli elettori.

In questa seconda sezione del rapporto di ricerca saranno prese in esame le risposte di un campione casuale non rappresentativo di studenti/elettori. Sarà dedicata particolare attenzione alle loro percezioni nei confronti della campagna elettorale per l'elezione dei rappresentanti degli studenti e alle motivazioni principali che si collocano alla base della decisione di voto o di non voto.

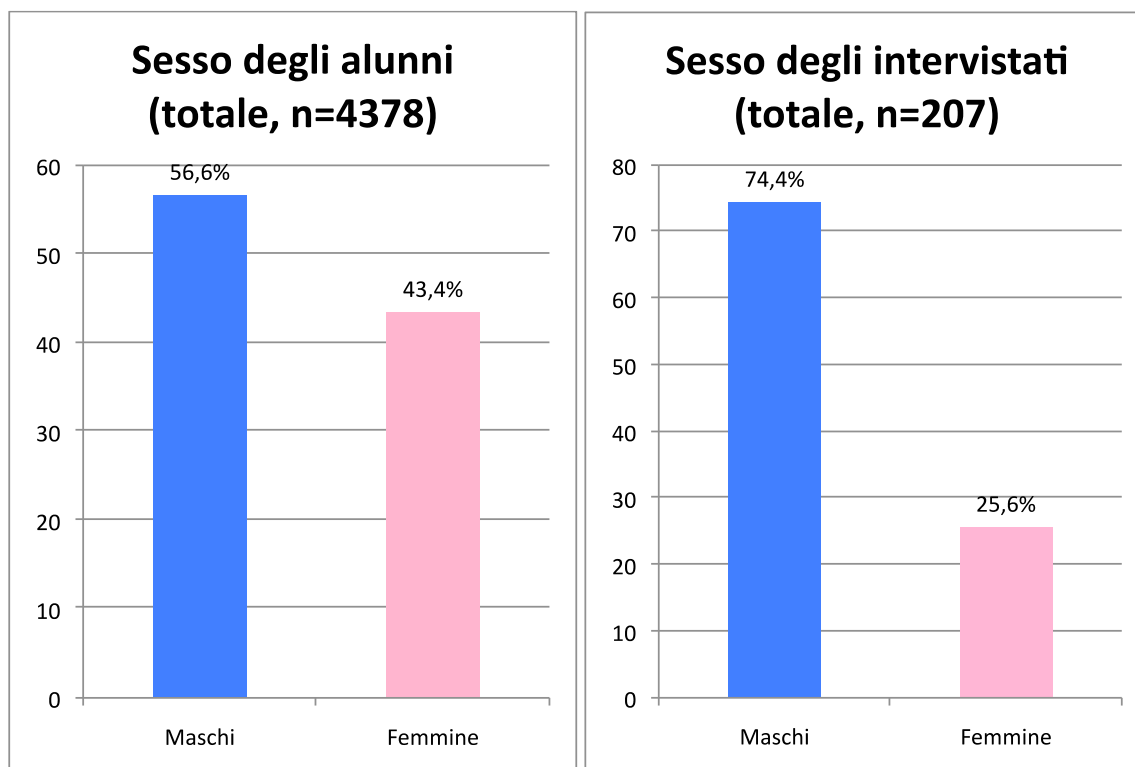
Per quanto concerne le procedure di voto, nelle modalità di svolgimento delle operazioni elettorali non sono emerse significative differenze tra i diversi istituti: infatti, nel giorno previsto per le consultazioni l'organizzazione ha previsto che le diverse classi, seguendo un orario precedentemente stabilito, fossero accompagnate a turno al seggio. In soli due casi, la scuola è rimasta aperta anche di domenica, permettendo, a chi lo voleva, di recarsi autonomamente al seggio adibito per le consultazioni di voto. I 4 seggi in palio sono distribuiti tra le liste, sulla base dei consensi ottenuti dalla lista e dai candidati, seguendo il metodo dei quozienti e dei resti.

Anche nel caso degli elettori intervistati, l'analisi si articola secondo una triplice direttrice: l'analisi del quadro socio-demografico degli studenti; gli studenti/elettori e la campagna elettorale; gli studenti e l'impegno civico.

Il background socio-demografico degli intervistati.

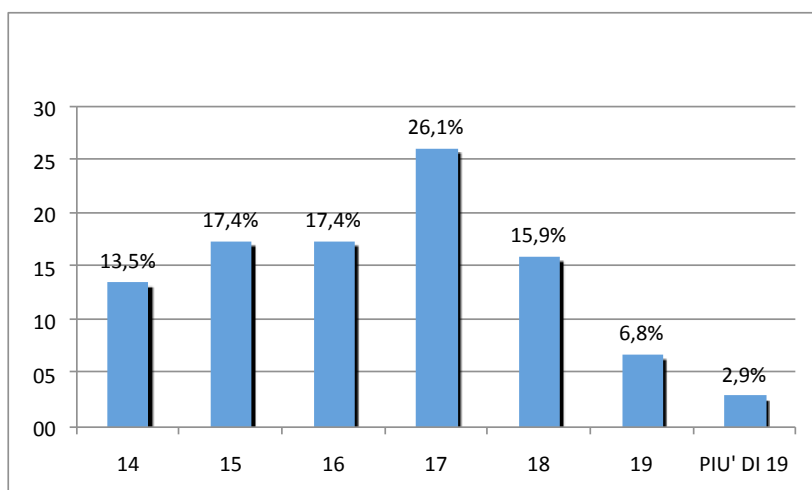
1.1 Il profilo personale

Graf. 2.1 – Elettori intervistati per genere

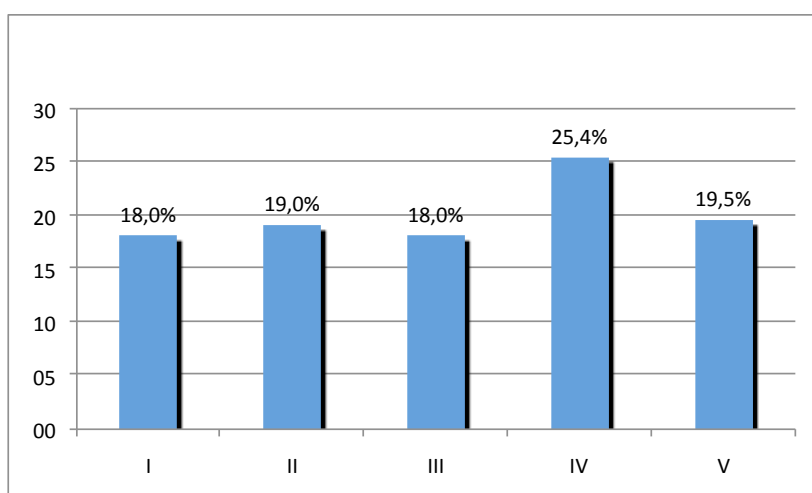


Il Graf. 2.1 mostra che gli che si sono sottoposti al questionario sono in larga misura maschi (74,4% a fronte del 25,6% di ragazze), dato che rispecchia, in maniera però molto più accentuata, la prevalenza maschile nella popolazione studentesca delle scuole prese in esame: 56,6% maschi, 43,4% femmine.

Graf. 2.2 – Età degli intervistati

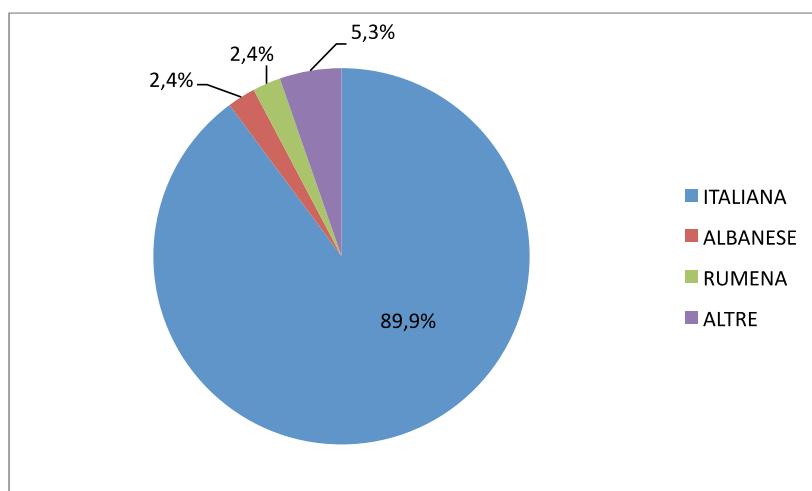


Graf. 2.3 – Classe frequentata dagli intervistati



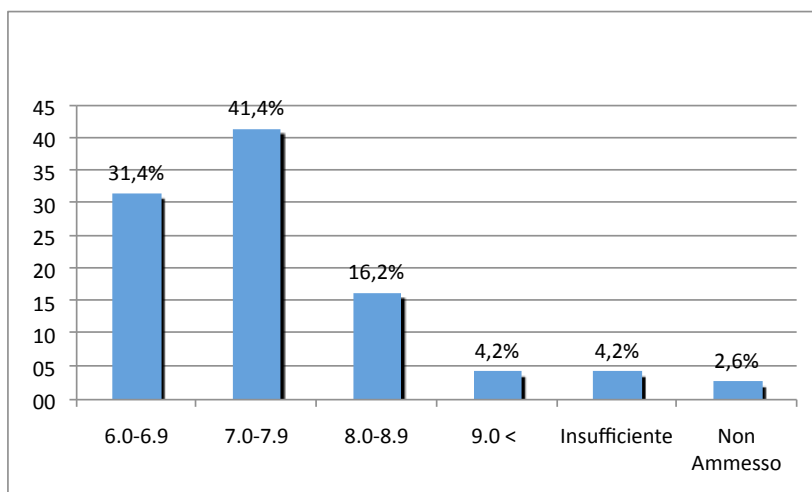
Per quanto concerne l'età degli intervistati, è da registrare una leggera prevalenza dei diciassettenni (26,1%) e di ragazzi frequentanti il quarto anno (25,4%). I meno rappresentati sono i ragazzi del primo e del terzo anno.

Graf. 2.4 – Nazionalità degli elettori



Tra gli elettori intervistati va rilevata una netta prevalenza di cittadini italiani (89,9%), anche se non è trascurabile il dato relativo al 10,1% di cittadini stranieri. Le comunità non italiane maggiormente rappresentate sono quella albanese e quella rumena seppure in un quadro di estrema frammentazione in cui sono presenti, infatti, ben 11 nazioni, tra cui il Brasile, la Polonia e anche paesi africani, tra cui il Togo e la Costa d'Avorio.

Graf. 2.5 – Media voti degli elettori



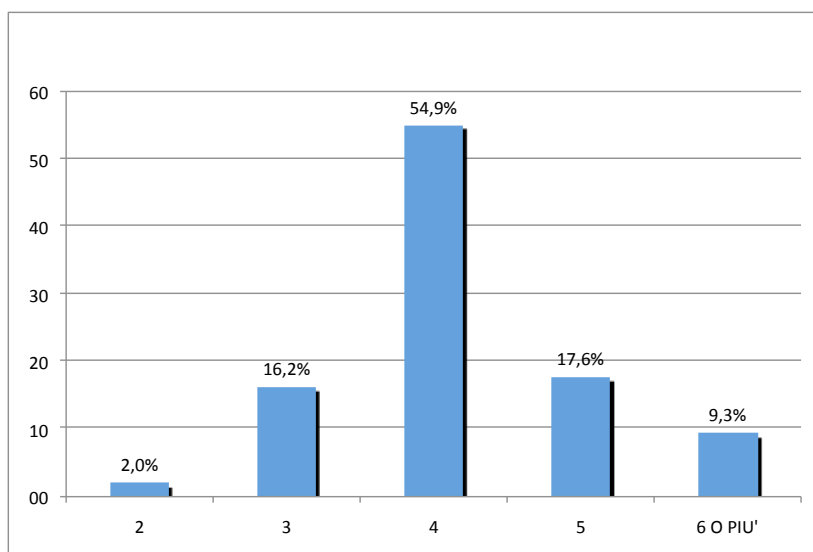
Così come era emerso in relazione agli studenti candidati, è possibile notare una generale prevalenza di studenti che fanno registrare un profitto scolastico medio-alto: il range di voti maggiormente rappresentato è quello tra il 7.0 e il 7.9, in cui si attesta poco meno della metà degli

studenti coinvolti nella ricerca. A seguire, il 31,4% degli elettori si colloca tra il 6.0 e il 6.9, mentre, prevedibilmente, le percentuali decrescono all'aumentare della qualità della performance: il 16,2% degli intervistati ha conseguito nell'anno precedente una media voti tra l'8.0 e l'8.9, mentre solo il 4,2% ha superato il 9.0. Da rilevare anche la presenza, ancorché del tutto minoritaria, di studenti che hanno ricevuto debiti formativi (4,2%) o che sono risultati non ammessi all'anno successivo (o all'esame finale di conseguimento del diploma). In quest'ultimo caso la percentuale si attesta al 2,6%.

1.2 Il contesto familiare

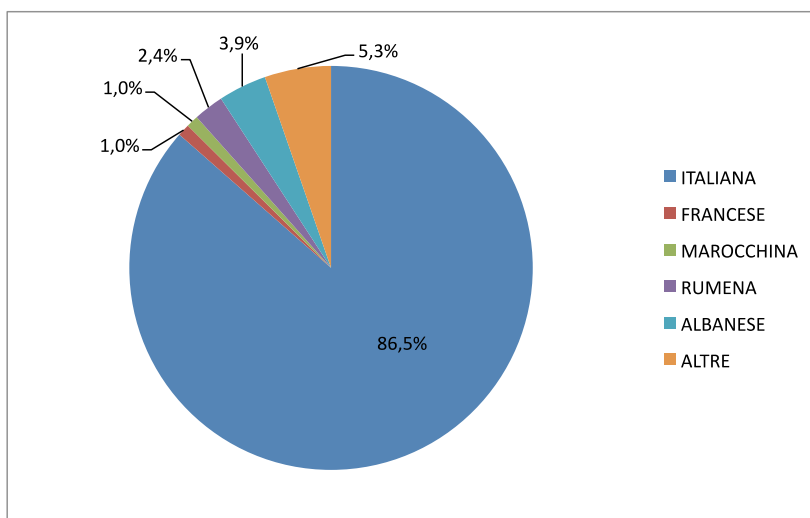
I grafici a seguire sono tesi a fornire delle indicazioni in merito al contesto familiare degli studenti/elettori selezionati per la conduzione della ricerca. Le aree indagate riflettono la stessa ratio seguita in relazione allo studio sul profilo dei candidati.

Graf. 2.6 – Componenti nucleo familiare degli elettori



Per quanto attiene al nucleo familiare degli studenti, la famiglia con 4 membri (generalmente i due genitori e due figli) risulta il “modello” più diffuso. Più della metà delle famiglie, infatti, si compongono di 4 membri (54,9%). Meno diffusi si rivelano i nuclei familiari con 3 o 5 membri, mentre estremamente rari sono i casi in cui lo studente vive con un solo genitore (2,0%). Le famiglie aventi sei membri o più si avvicinano, invece, alla soglia del 9,3%.

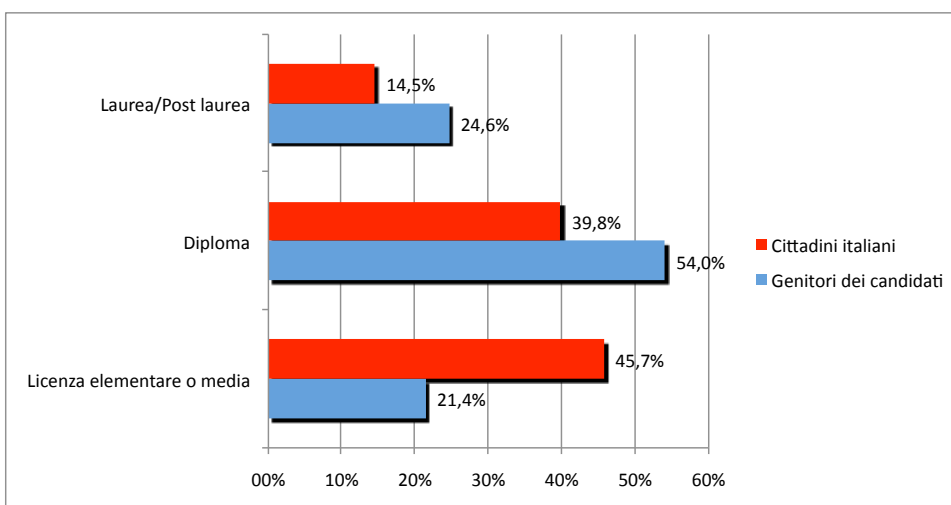
Graf. 2.7 – Nazionalità dei genitori



La percentuale di genitori di nazionalità italiana (86,5%) è in qualche misura minore rispetto a quella degli studenti, a testimonianza, probabilmente, dell'esistenza tra gli elettori di una componente non marginale di "italiani di seconda generazione". Non sorprende che, anche tra i genitori, le nazioni maggiormente rappresentate siano l'Albania (3,9%) e la Romania (2,4%), mentre altri paesi come la Francia (1,0%) e il Marocco (1,0%) fanno registrare percentuali minori. Nel campione casuale selezionato, le nazioni rappresentate sono 15, prevalentemente concentrate nell'Est Europa, nell'America latina e in Africa.

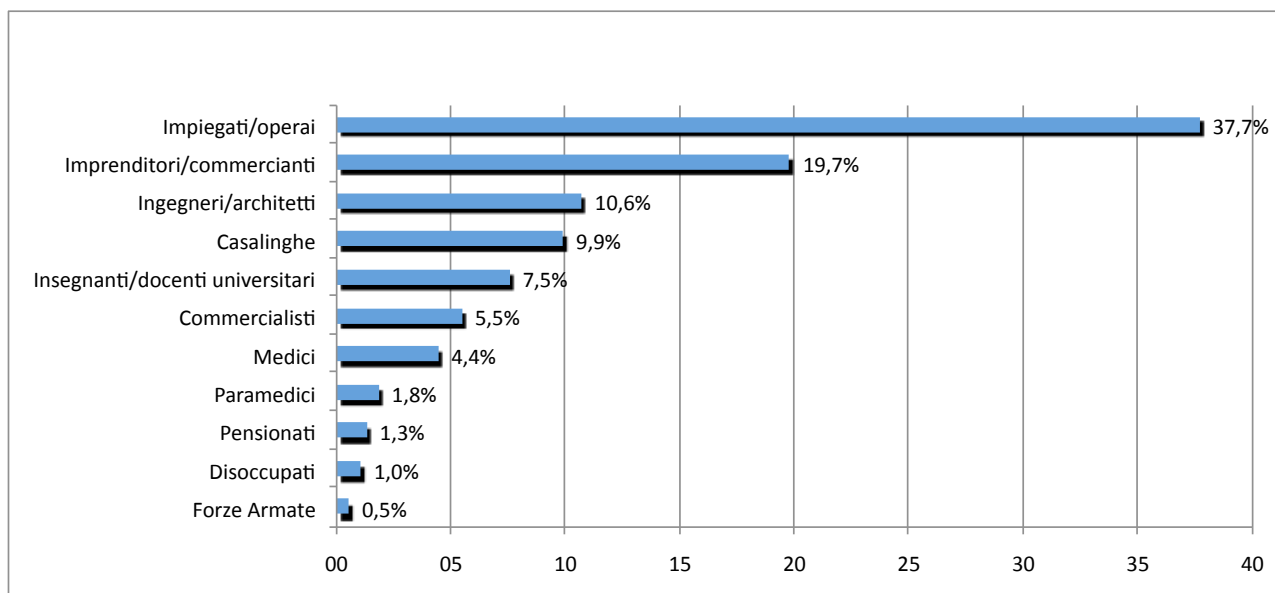
A seguire i dati sul livello di istruzione dei genitori.

Graf. 2.8 – Livello di istruzione dei genitori rapportato al livello d'istruzione dei cittadini italiani (25-64 anni)



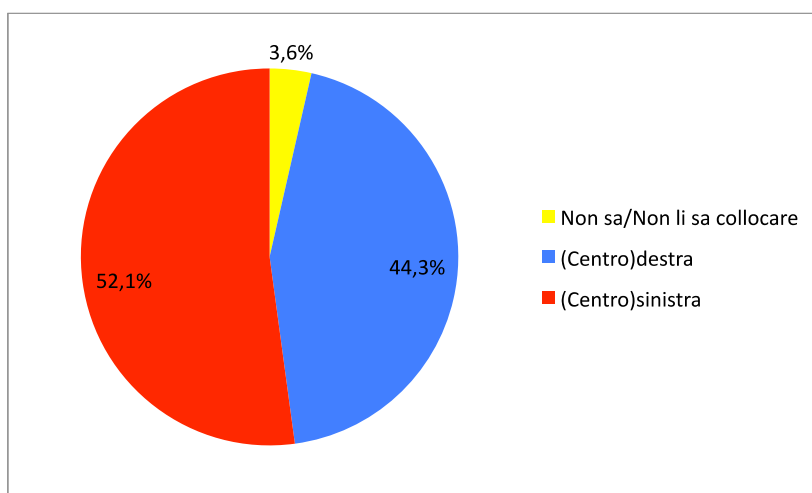
Le proporzioni tra i diversi livelli di istruzione dei genitori degli studenti/elettori tende a riproporsi in maniera speculare rispetto a quello dei genitori dei candidati. Più della metà dei genitori degli studenti (54,0%) ha un diploma di scuola media superiore, mentre, anche in questo caso, è la laurea il secondo titolo di studio maggiormente rappresentato (24,6%), sebbene i laureati siano considerevolmente di meno rispetto a coloro in possesso di diploma. A seguire, il 21,4% dei genitori degli studenti si è fermato alla scuola media inferiore o all'elementare. Da rilevare le differenze che intercorrono tra dati relativi al campione rispetto alla media della popolazione italiana tra 25 e 64 anni. Rispetto a quest'ultima, i genitori degli intervistati si caratterizzano per un livello di istruzione sensibilmente più elevato, non tanto e non solo in relazione all'istruzione accademica (i genitori che hanno conseguito una laurea o un dottorato arrivano al 24,4% complessivamente al fronte del 14,5% dei cittadini italiani), quanto in merito all'istruzione superiore. Infatti, la maggioranza assoluta dei genitori ha conseguito il diploma di scuola media superiore (54,0% a fronte del 39,8% della popolazione), mentre tra i cittadini italiani la maggioranza "relativa" si registra il relazione ai titoli di scuola media o elementare (45,7%). Pur considerando che esista una distorsione nel campione, da questi dati sembra emergere una progressiva scolarizzazione della popolazione italiana nel corso anche solo di una generazione.

Graf. 2.9 – Professione dei genitori



Sulla base delle categorie professionali indicate dall'Istat, anche nel caso dei genitori degli elettori ad essere maggiormente rappresentate sono quelle degli impiegati pubblici operanti all'interno di diversi settori della pubblica amministrazione e degli operai (37,7%). Gli imprenditori e gli esercenti si attestano al secondo posto della graduatoria considerata (19,7%), mentre anche qui spicca un considerevole numero di donne che preferiscono dedicarsi in maniera esclusiva all'attività di casalinga (5,5%). È interessante rilevare come, a differenza di quanto accade con gli studenti/candidati, in questo caso una delle categorie maggiormente rappresentate sia quella degli ingegneri/architetti, in terza posizione al 10,6%. Anche la professione del docente fa registrare una buona performance (7,5%), mentre minore rappresentazione trovano ambiti professionali come i commercialisti (5,5%) e gli ingegneri o architetti, i quali, invece, trovano una buona rappresentanza tra i genitori dei candidati.

Graf. 2.10 – Estrazione politica dei genitori



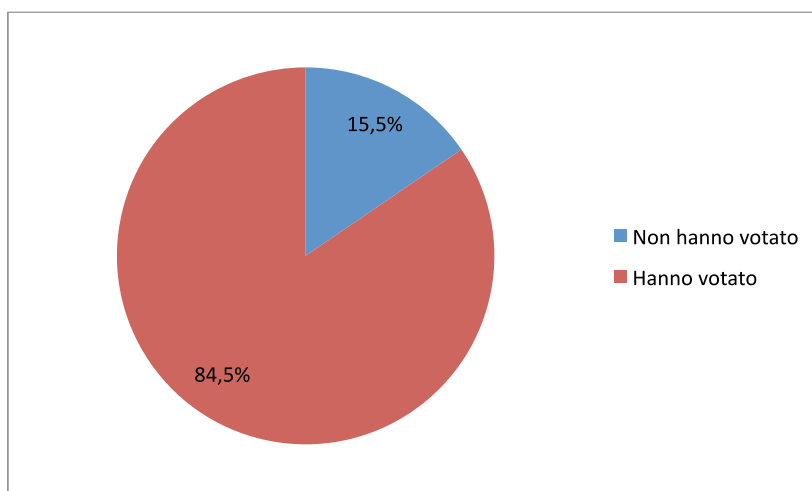
Mentre tra i genitori dei candidati si registrava una netta predominanza di votanti/simpatizzanti di partiti di centrosinistra, tra i genitori degli elettori la situazione sembra presentarsi maggiormente equilibrata. La percentuale di simpatizzanti per il centrosinistra tra i genitori dei rispondenti si ferma, in questo caso, al 52,1%, a fronte del 44,3% di elettori (o simpatizzanti) di centrodestra. È del 3,6%, infine, la percentuale di genitori le cui preferenze politiche non sono note allo studente coinvolto nel questionario. Questa differenza potrebbe effettivamente dimostrare che nei figli di genitori di centro sinistra si riscontra una maggiore propensione alla partecipazione alla vita delle comunità scolastica.

Il voto.

2.1 L'affluenza

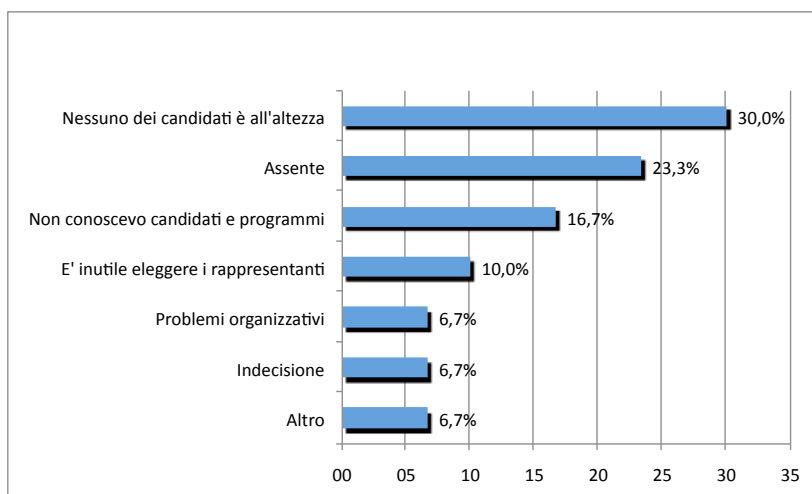
In questa sezione entriamo nel merito specifico dell'oggetto di studio, portando alla luce i risultati più significativi riguardo alle motivazioni che hanno indotto gli studenti a recarsi alle urne o a disertarle e alla significatività che per ciascuno riveste l'avvenimento elettorale. Particolare attenzione sarà riservata, al contempo, al modo in cui gli elettori hanno "vissuto" la campagna elettorale e alla loro opinione in merito non solo ai problemi discussi e alle proposte avanzate, ma anche in relazione alle strategie promozionali utilizzate. Per cominciare qualche dato sull'affluenza al voto da parte dei nostri intervistati.

Graf. 2.11 – Affluenza al voto



Nonostante, come visto, le modalità di organizzazione e di svolgimento delle operazioni di voto (voto in classe o classi accompagnate al seggio) potrebbero far pensare a bassi livelli di astensionismo, il Graf. 2.11, al contrario, dimostra come, tra gli studenti che sono stati intervistati, il 15,5% non abbia votato a fronte dell'84,5% dei votanti. A tal riguardo, può essere interessante far luce sulle ragioni che hanno indotto (o costretto) parte degli studenti a desistere dalla partecipazione. A tale esigenza risponde il grafico seguente.

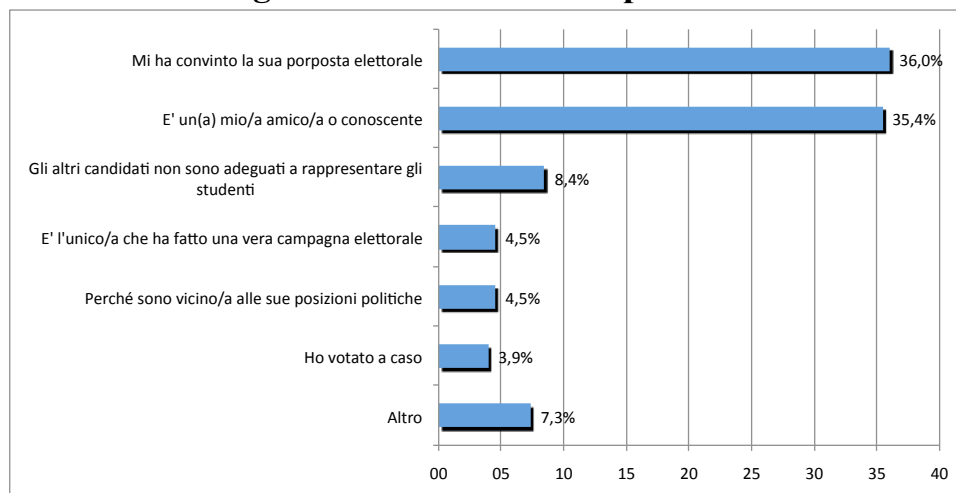
Graf. 2.12 – Ragioni del non voto



Tra i ragazzi che hanno acconsentito a rispondere alla domanda in merito alle ragioni alla base della loro decisione di non votare, il 23,3% fa registrare un'astensione "involontaria": si tratta, infatti, di studenti assenti il giorno in cui si sono tenute le consultazioni, mentre nel 6,7% dei casi il voto è stato impedito da problemi organizzativi di varia natura. Il dato più interessante è che, però, nel 30% dei casi gli studenti hanno preferito non votare, ritenendo che "nessun candidato fosse all'altezza" di rappresentarli, mentre il 16,7% sostiene che l'astensione è risultato il comportamento conseguente ad una conoscenza scarsa o nulla del programma e delle proposte elettorali. Il 6,7% è la percentuale relativa a coloro la cui decisione di non votare è conseguenza dalla convinzione che le elezioni non servano a nulla, così come non conta niente la figura del rappresentante. La stessa percentuale si registra per gli studenti che, estremamente indecisi sull'identità del candidato da votare, hanno preferito astenersi.

Chi ha votato, invece, per quale ragione ha scelto un determinato *runner* o una determinata lista?

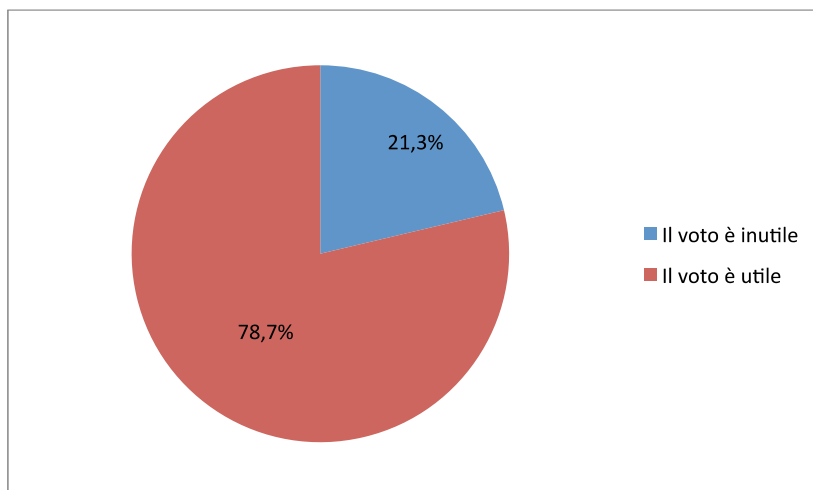
Graf. 2.13 – Ragioni alla base del voto per un certo candidato



Il Graf. 2.13 testimonia, sostanzialmente, il fatto che la campagna elettorale ha funzionato: il motivo, infatti, che ha maggiormente spinto gli elettori a preferire un candidato ad un altro è la validità della piattaforma programmatica (36,0%), i cui tratti caratteristici sono, per l'appunto, resi noti in campagna elettorale. Subito a seguire, tuttavia, si colloca il fattore relazionale: il 35,4% degli elettori ha votato un certo candidato in quanto suo amico o conoscente, senza avanzare ulteriori valutazioni di merito riguardo alla sua proposta elettorale. Al terzo posto vige, potremmo dire, la logica del “meno peggio”: l'8,4% degli studenti ha votato un certo candidato in quanto gli altri erano ritenuti inadeguati a rappresentarli presso il consiglio di istituto. Una percentuale molto minore fa registrare la motivazione “politica”, per la quale è stato privilegiato quel candidato alle cui posizioni politiche gli elettori si sentono più vicini. In ultimo, sono solo 7 gli studenti che non adducono alcuna ragione, sostenendo di aver votato a caso. Un commento finale su questi dati: è probabile che, stante una innegabile presenza di una certa componente di rispetto dei comportamenti attesi (ho votato la piattaforma programmatica) la scelta di voto sia sostanzialmente determinata dalla rete di rapporti personali che vige all'interno della scuola.

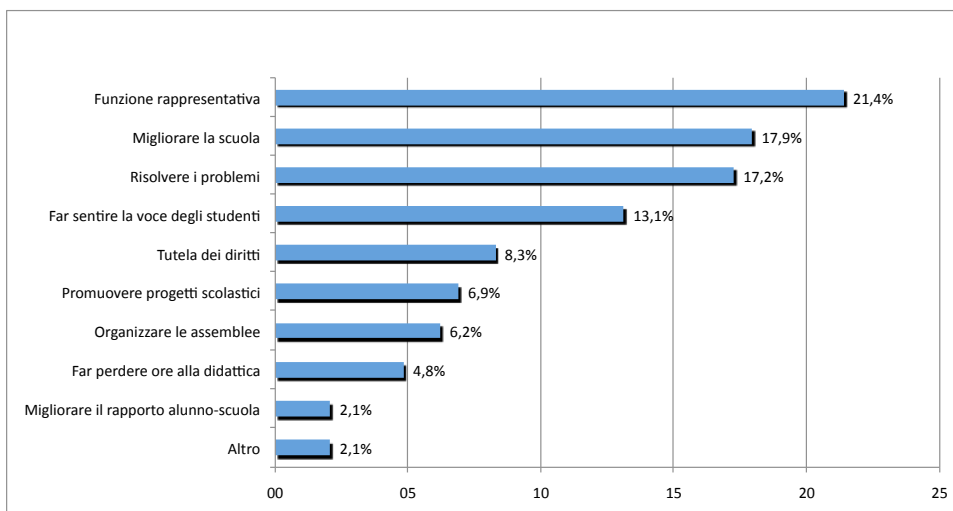
Abbiamo visto che, tra le ragioni dell'astensionismo, figura la percezione di inutilità delle elezioni. Ma in che misura si tratta di un sentimento generalizzato?

Graf. 2.14 – Utilità del voto



È incoraggiante constatare che non è così. Sono meno di un quarto del campione gli studenti che ritengono le elezioni dei rappresentanti uno strumento inutile per cambiare davvero le cose, a fronte del 78,7% degli studenti che ritengono che serva a qualcosa. Ma a cosa?

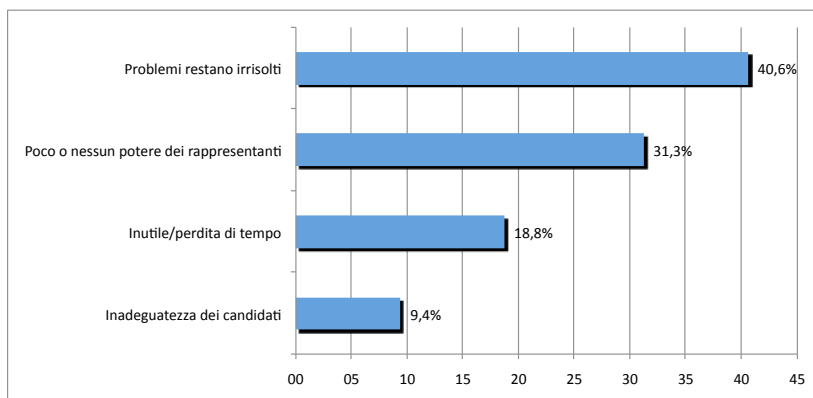
Graf. 2.15 – A cosa serve eleggere i rappresentanti



La maggior parte degli studenti mette in risalto l'importante funzione rappresentativa che gli eletti sono chiamati a svolgere (21,4%), mentre il 17,9% crede che essi possano effettivamente dare un contributo concreto al miglioramento della scuola, oppure a risolvere i problemi dei singoli studenti o dell'istituto nel suo complesso (17,2%). L'8,3% crede che i rappresentanti siano lo "strumento" adatto attraverso il quale gli studenti possano far sentire la loro voce, mentre solo il 4,8% da una risposta, per così dire, "ironica" per cui l'unico vantaggio che deriva dall'elezione dei

rappresentanti consiste nel perdere ore scolastiche attraverso lo svolgimento delle attività a cui sono preposti. A seguire, invece, le ragioni di chi sostiene che non serve a nulla eleggere i rappresentanti⁴.

Graf. 2.16 – Motivi per cui le elezioni sono inutili



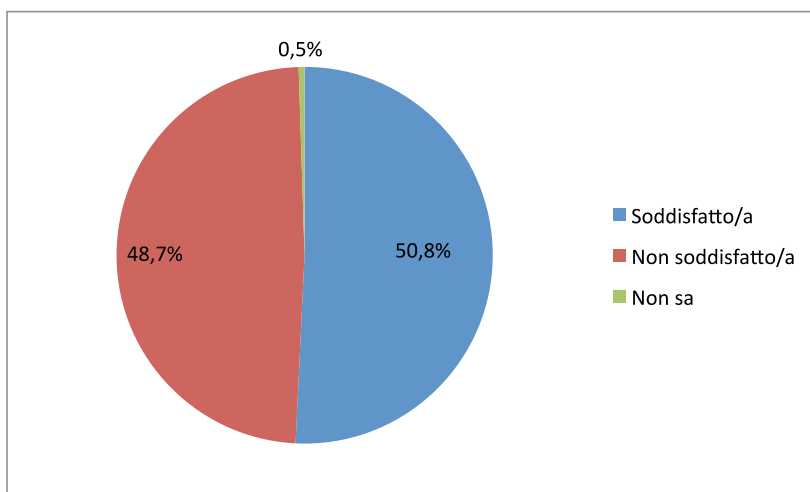
Emerge, come era prevedibile, una marcata sensazione di inutilità. Infatti, il motivo principale alla base della scarsa utilità del voto è che, secondo gli studenti, i problemi restano irrisolti, indipendentemente da chi si elegge e indipendentemente dal fatto che si elegga qualcuno o meno in rappresentanza degli alunni (40,6%). Il 31,3% sostiene che ai rappresentanti non è dato alcun potere di intervento effettivo, e di conseguenza la possibilità di incidere ne risente. Il 18,8% sostiene che le elezioni sono, in generale, una perdita di tempo, mentre il 9,4% crede che l'elezione è inutile perché generalmente i candidati sono inadeguati e non riescono a comprendere appieno i problemi dell'istituto.

2.2 La campagna e i temi

Andando più nello specifico della campagna elettorale e delle percezioni a questa connesse, è stato chiesto agli elettori se fossero rimasti, in qualche misura, soddisfatti dalle modalità di svolgimento della campagna elettorale. Questi i risultati.

⁴ Sia in relazione al Graf. 15 che al Graf. 16, le risposte sono state costruite *ex post* dai ricercatori rielaborando le risposte degli studenti alle domande “aperte” del questionario.

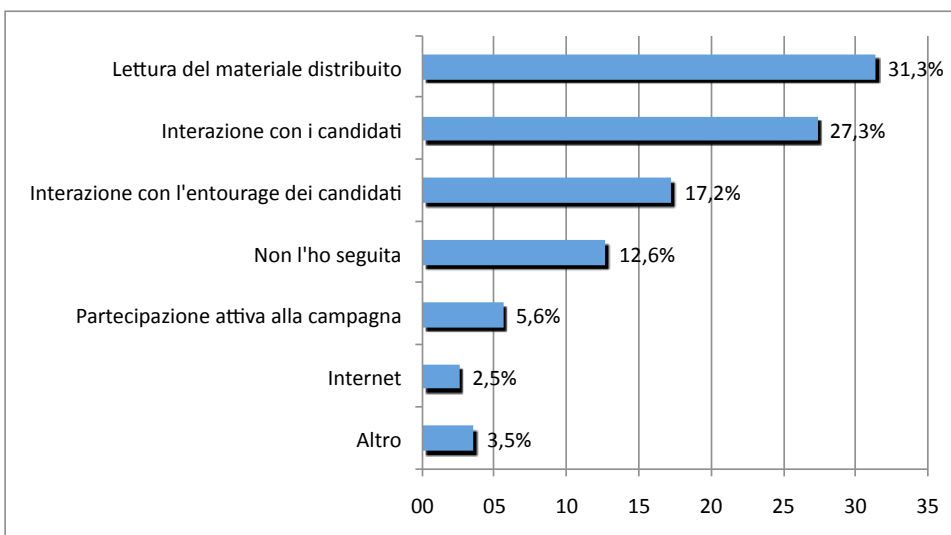
Graf. 2.17 – Soddisfazione nei confronti della campagna



Vige un sostanziale equilibrio. Il 50,8% degli studenti coinvolti nella ricerca afferma di aver trovato la campagna elettorale soddisfacente, a fronte del 48,7% degli studenti a cui non è piaciuta. Un solo studente ha manifestato sostanziale indifferenza.

Agli studenti è stato chiesto anche di raccontare in che modo hanno seguito la campagna elettorale.

Graf. 2.18 – Modalità di attenzione alla campagna elettorale

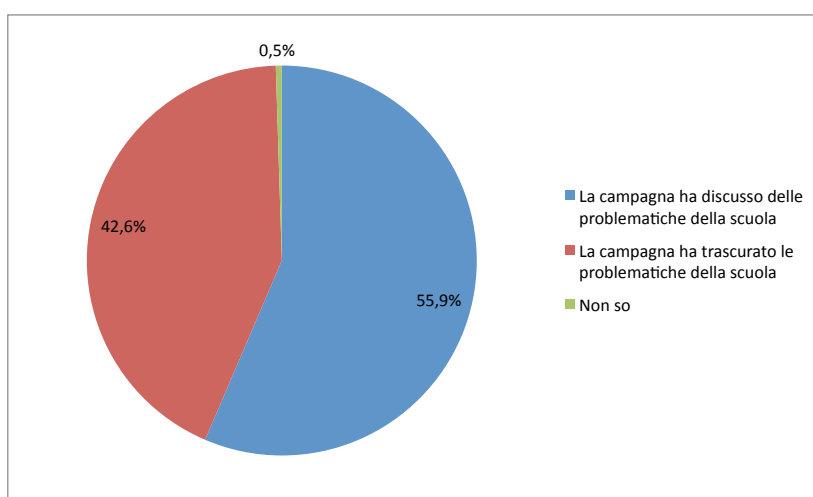


Il 31,3% degli studenti afferma di aver seguito la campagna elettorale sostanzialmente leggendo, dando un'occhiata ai volantini elettorali che sono stati distribuiti dai candidati, mentre altri studenti hanno privilegiato il contatto personale con lo stesso candidato (27,3%) o con il suo "entourage" (17,2%), prevalentemente composto dai suoi amici più stretti o da alcuni dei suoi compagni di

classe. Il 12,6% degli studenti afferma di non aver seguito per nulla la campagna, mentre sensibilmente più basse sono le percentuali di chi ha partecipato attivamente (11,6%) o di chi ha seguito liste e candidati sul web (2,5%).

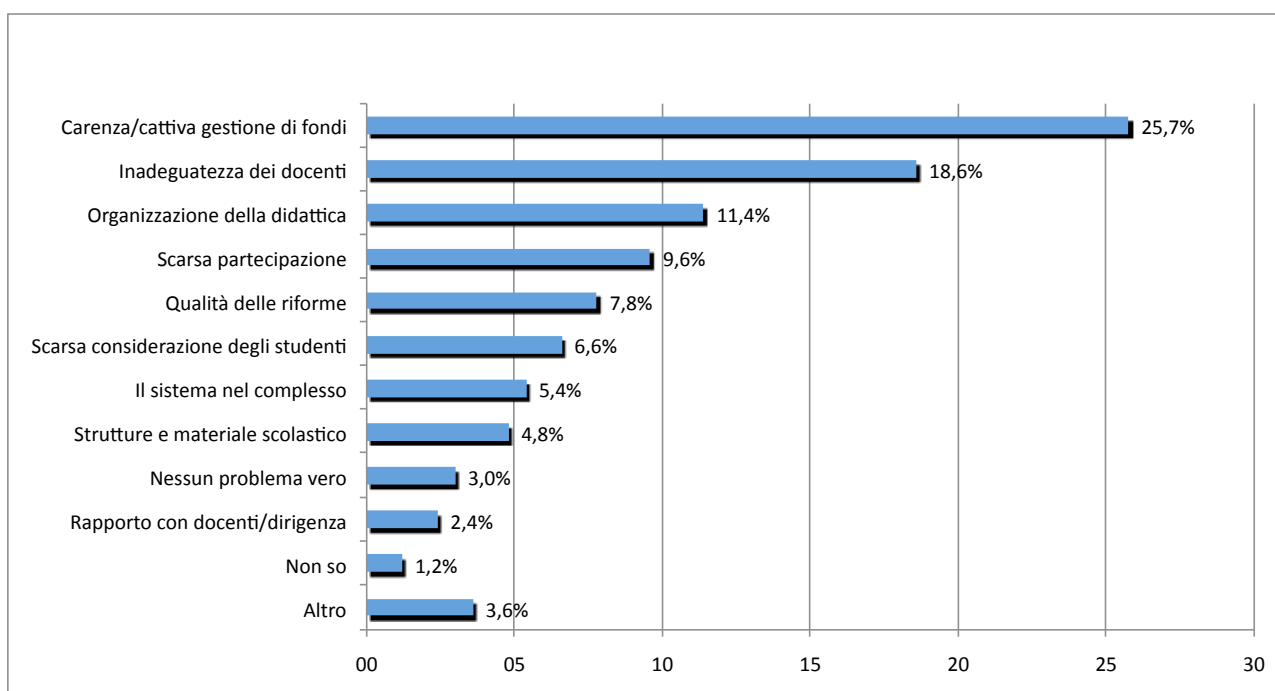
Passando ai problemi, alle questioni concrete che tanto sembrano essere l'elemento centrale nella valutazione di molti studenti/elettori, è stato chiesto a questi ultimi, così come era stato fatto con i candidati, di indicare quelli che sono i problemi principali del sistema scolastico italiano nel complesso e dell'istituto di cui sono allievi. Ma prima cerchiamo di capire se la campagna ha risposto efficacemente alla legittima esigenza degli studenti di essere informati sulle personalità dei candidati, sulle loro proposte, e, in linea generale, sulla loro piattaforma "politica".

Graf. 2.19 – La campagna e i temi



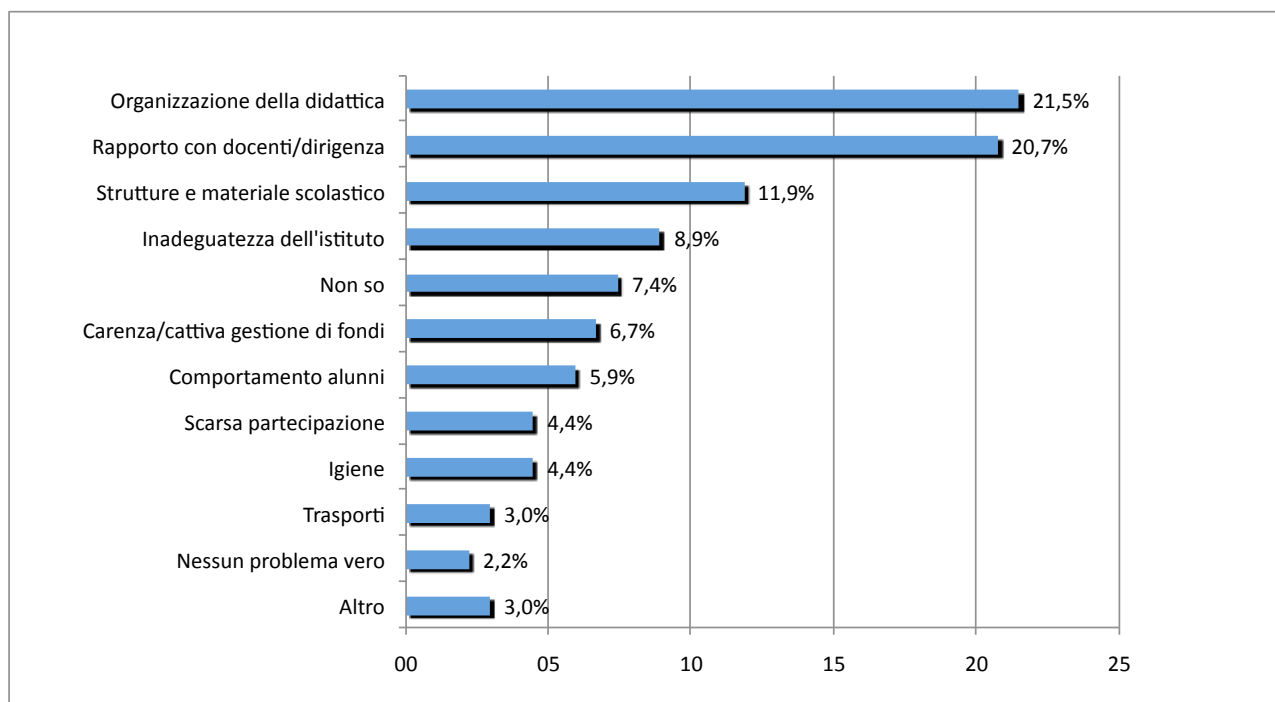
Più della metà degli studenti (55,9%) ritiene che la campagna abbia messo in luce le problematiche più urgenti dell'istituto, mentre il 42,6% crede che questo non sia avvenuto. Ma quali sono le tematiche sensibili?

Graf. 20 – I problemi della scuola italiana



Si registra a questo proposito una convergenza tra elettori e eletti, analizzati nel capitolo precedente. Confrontando, il dato sui temi relativo sia a studenti candidati che a studenti elettori, entrambe le categorie individuano nella scarsa disponibilità di risorse economiche (o nella loro gestione irrazionale) il problema maggiore che attraversa il sistema scolastico nel nostro paese. È il 25,7% degli elettori ad essere particolarmente sensibile a questa tematica. A seguire, con il 18,6%, il problema della qualità della docenza. In questo caso, probabilmente, vi è una traslazione su scala nazionale di un problema avvertito principalmente a livello di singolo istituto. Lo stesso dicasi dell'organizzazione della didattica (11,4%). Una portata maggiormente generale, invece, sembra avere la problematica, avvertita anche dai candidati, della disinformazione e del disimpegno degli studenti, indicato come problema principale dal 9,6% degli studenti.

Graf. 2.21 – I problemi dell’istituto

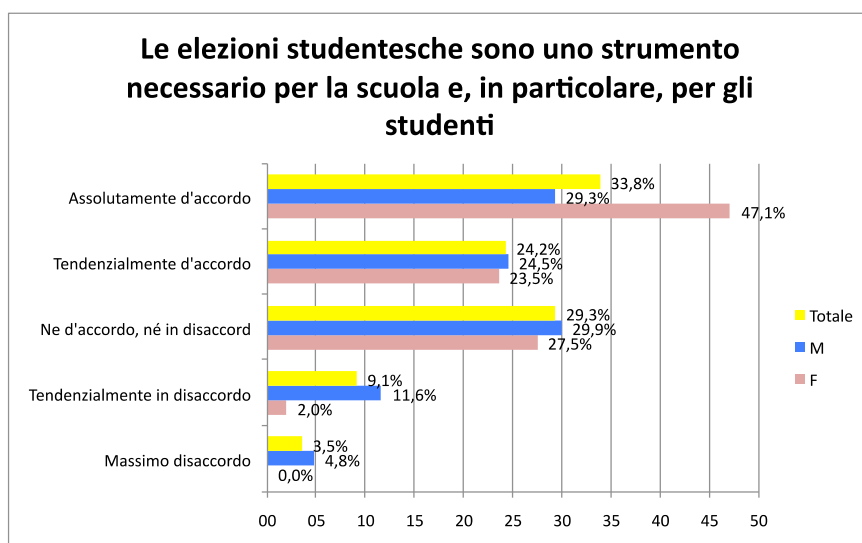


Di ordine più “concreto”, rispetto ai candidati (che individuavano nella disinformazione studentesca la tematica più urgente), sono le percezioni in merito ai problemi del proprio istituto da parte degli elettori. Il 21,5% individua la falla maggiore, infatti, nel modo in cui la didattica è organizzata, e subito a seguire spicca il rapporto tra studenti e docenti (o tra studenti e dirigente), con il 20,7%. L’obsolescenza delle strutture e delle attrezzature si colloca al terzo posto (11,9%), mentre l’8,9% ritiene il proprio istituto inadeguato alla didattica nella sua generalità.

L'impegno civico.

Agli elettori è stato richiesto, inoltre, di esprimere il loro grado di accordo (o di disaccordo) rispetto ad alcune affermazioni sulla valenza e rilevanza delle elezioni per il Consiglio d'istituto.

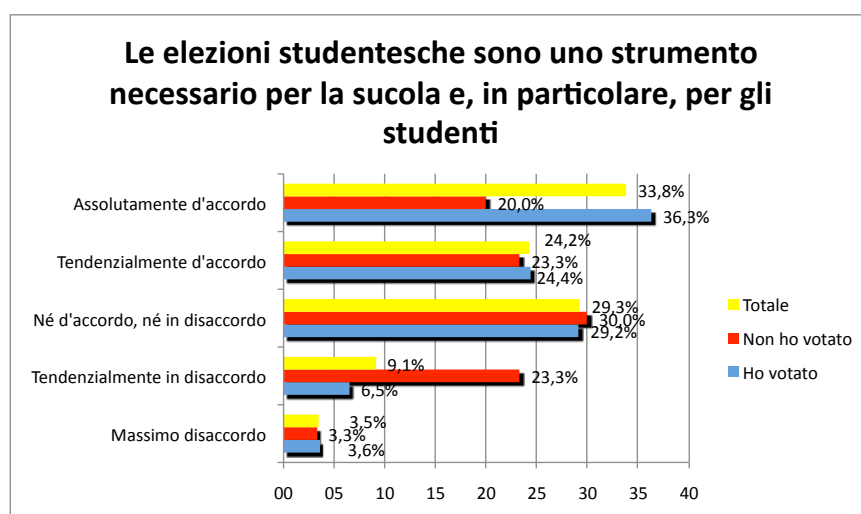
Graf. 2.22 – La valenza dello strumento elettorale per sesso



Più della metà degli studenti, il 58,0% nel complesso, guarda alle elezioni come uno strumento necessario per il funzionamento ed il miglioramento dell'istituto. È addirittura del 33,8% la percentuale di coloro che sono assolutamente d'accordo con l'affermazione illustrata, mentre coloro che si pongono in antitesi con quest'ultima raggiungono, nel complesso la percentuale del 12,6%. Tra coloro che guardano con maggiore fiducia allo strumento elettorale spiccano le studentesse (ben il 37,1% di loro le ritiene uno strumento assolutamente necessario per la qualità della vita scolastica), mentre, in termini comparativi i ragazzi si mostrano leggermente più disillusi: l'11,6% dei maschi si dice tendenzialmente in disaccordo con il fatto che le elezioni siano uno strumento necessario, mentre il 4,8% si dice addirittura in massimo disaccordo. Da registrare una significativa percentuale tra maschi (29,9%) e femmine (27,5%) di studenti che non hanno un'opinione precisa o idee molto chiare al riguardo.

Il grafico sottostante rapporta il dato relativo alla considerazione dello strumento elettorale con la partecipazione al voto.

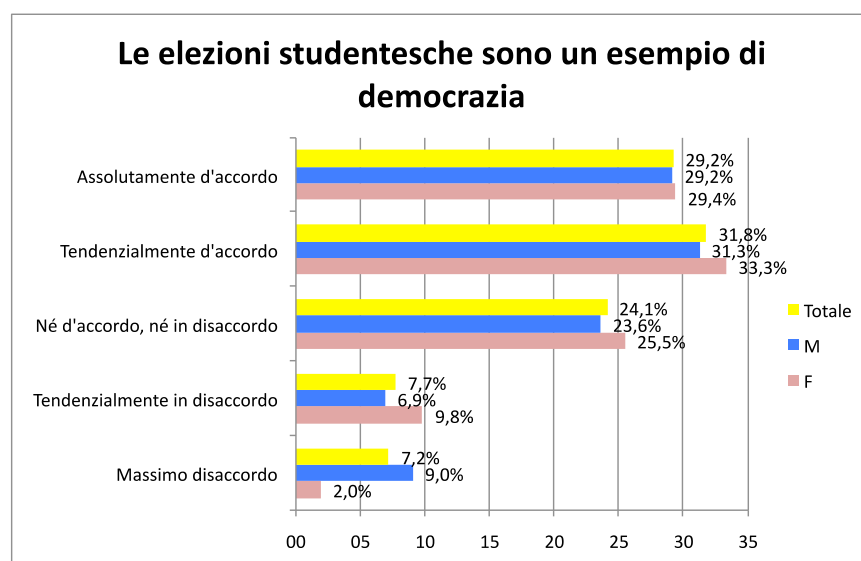
Graf. 2.23 – La valenza dello strumento elettorale per partecipazione al voto



Com'è possibile constatare, non esistono significative differenze nelle percentuali relative a chi ha partecipato al voto e chi si è astenuto. È importante rilevare, tuttavia, che il 26,6% di quanti non hanno partecipato al voto dichiarano di essere in disaccordo, in qualche misura, con l'affermazione secondo la quale le elezioni rappresentano uno strumento necessario per la scuola. Al contrario, il 60,7% di quanti hanno partecipato alle elezioni confidano nella bontà dello strumento. Pertanto, seppure non in maniera netta, esiste una certa coerenza tra convinzioni ed atteggiamenti degli studenti in relazione alle elezioni scolastiche.

Abbiamo voluto guardare ancora più aldilà delle elezioni studentesche e porre una domanda molto generale sulla loro connessione con la "democrazia".

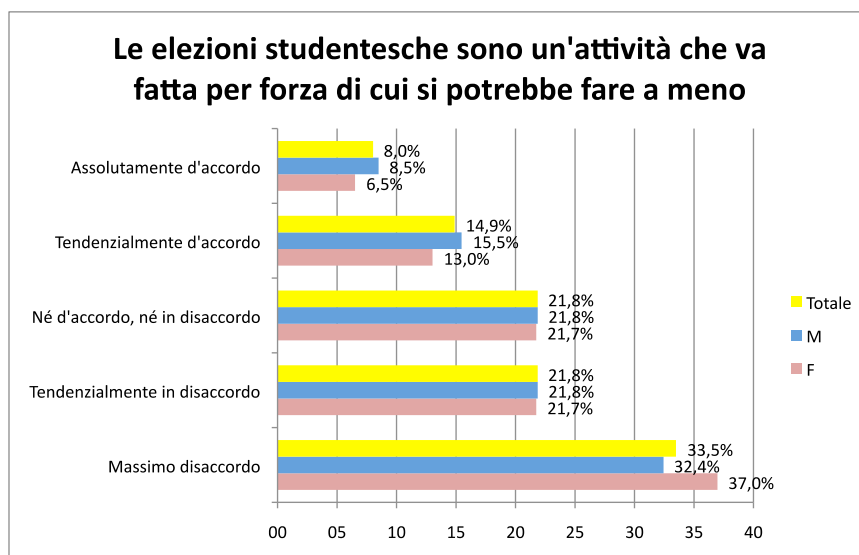
Graf. 2.24 – Elezioni e democrazia



In questo caso, la percentuale di coloro che mostrano un certo grafo d'accordo arriva, nel suo complesso, addirittura al 60,0%, con un 29,2% di studenti sono assolutamente d'accordo. Anche in questo caso si ravvisa una spiccata sensibilità degli studenti nei confronti dell'occasione elettorale. Questo dato è per certi versi in controtendenza rispetto al coinvolgimento effettivo degli studenti nella campagna elettorale. Infatti, come lo studio sui candidati dimostra, le elezioni sono prevalentemente un affare di competenza (quasi) esclusiva del candidato o, al massimo, del suo "entourage". Gli studenti normali, invece, tendono a vivere l'avvenimento da spettatori, non cercando occasioni di coinvolgimento maggiore. Questa passività, tuttavia, non si riflette nella considerazione che gli studenti mostrano nei confronti dello strumento elettorale. La tabella precedente e quest'ultima testimoniano l'elevata valenza, anche simbolica, che il voto rappresenta per i ragazzi. Una valenza, tuttavia, che sembra far fatica a tradursi in azioni concrete e prolungate nel tempo. In questo caso, non si registrano differenze sensibili tra i due sessi, se non il fatto che sono sempre i maschi a mostrare in misura più netta la propria insoddisfazione nei confronti del significato, anche simbolico, dell'avvenimento elettorale (9,0% la percentuale di maschi in completo disaccordo con l'affermazione: le elezioni sono uno strumento democratico).

Di ordine opposto l'affermazione successiva: "le elezioni studentesche vanno fatte per forza, ma se ne potrebbe fare a meno".

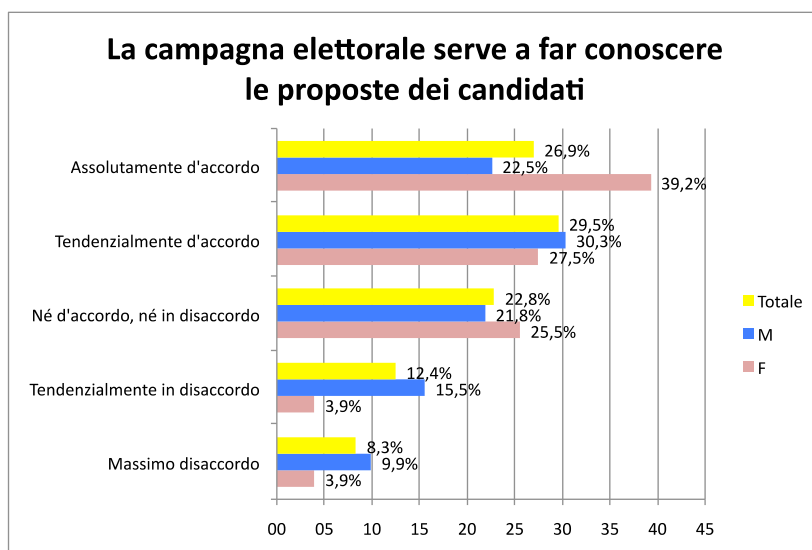
Graf. 2.25 – L'indispensabilità delle elezioni



Prevedibilmente, dato il trend appena descritto, in questo caso le percentuali si capovolgono. I "concordi" (ossia la somma di chi è assolutamente d'accordo e di chi si dice tendenzialmente d'accordo) si fermano complessivamente al 22,9%), mentre gli studenti che si pongono in antitesi

con la terza affermazione arrivano, nel complesso, al 55,3%, di cui più della metà sono in forte disaccordo. Sulla falsariga del grafico precedente sono i dati relativi alla differenza di genere. Le differenze tra i due sessi sono minime, ma i maschi mostrano anche in questo caso una maggiore sfiducia nello strumento elettorale: l'8,5% dei maschi ritiene le elezioni una assoluta forzatura e vorrebbe farne a meno, mentre il 15,5% manifesta un'opinione dello stesso tenore, ma dai tratti più sfumati. Specularmente, il 37,0% delle ragazze (a fronte del 32,4% dei ragazzi) è assolutamente contraria all'affermazione per cui le elezioni non sono nulla più che un obbligo da adempiere. Abbiamo posto infine un'altra domanda sull'utilità delle elezioni: "la campagna elettorale è utile a far conoscere le proposte dei candidati".

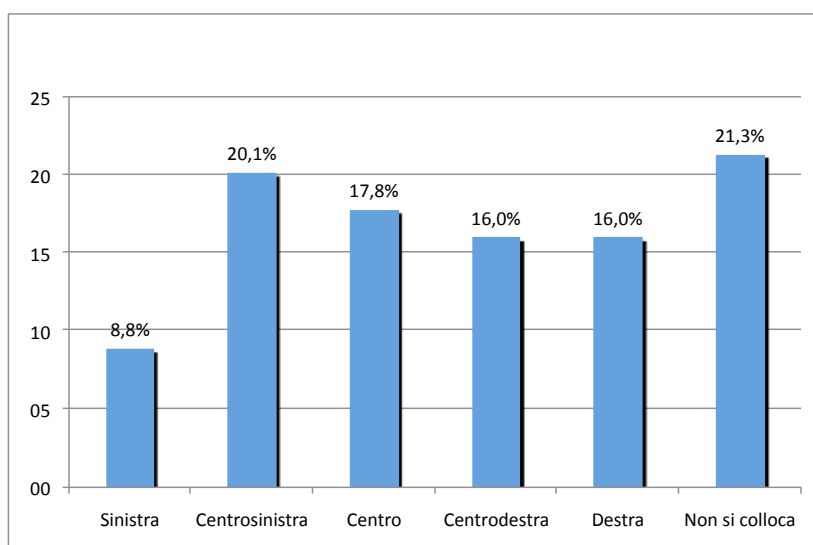
Graf. 2.26 – Livello di considerazione della campagna elettorale



A favore dell'utilità della campagna elettorale si schiera, complessivamente (somma di "assolutamente" e "tendenzialmente d'accordo") il 56,4% degli studenti, di cui il 26,9% si colloca tra i supporter più convinti. Gli indifferenti si attestano al 22,8%, mentre in disaccordo si pone il 20,7% degli studenti. In questo caso, le differenze di genere sono sensibili, ma si collocano in continuità con quelle emerse nei grafici precedenti. Il 39,2% delle ragazze è assolutamente d'accordo con l'affermazione sottoposta (a fronte del 22,4% dei ragazzi), mentre il 15,9% dei ragazzi è tendenzialmente in disaccordo e il 9,9% è assolutamente in disaccordo (a fronte, rispettivamente, del 3,9% e del 3,9% delle ragazze). Pertanto, in linea generale emerge una spiccata tendenza a considerare le elezioni in maniera positiva, a vedere nelle consultazioni uno strumento virtuoso per dar voce agli studenti, per migliorare la rappresentanza e, di riflesso, la qualità della

democrazia interna all'istituto, nonostante questa attitudine positiva non si rifletta in toto sul coinvolgimento e sulla partecipazione alle attività elettorali. In ultimo, questo sentimento di fiducia è maggiormente radicato nelle ragazze rispetto ai ragazzi, i quali, al contrario, sembrano più propensi a mostrare opinioni estreme di disgusto, o quantomeno di distacco, nei confronti delle elezioni, tanto dal punto di vista procedurale quanto da quello della loro valenza simbolica. Sulla falsariga dei questionari per i candidati, è stato chiesto agli elettori di collocarsi su un ipotetico asse destra-sinistra. Questi i risultati.

Graf. 2.27 – Collocazione politica degli elettori



Rispetto ai candidati, molto più equilibrata si dimostra la situazione in merito all'autocollocazione politica degli elettori. Prevalgono anche qui gli studenti che si pongono nell'area di centrosinistra, il 38,8% nel complesso, ma il distacco dagli studenti di centrodestra non è elevato. È del 32% la percentuale di studenti che si collocano a destra, ripartiti in misura eguale tra centrodestra e destra estrema. Il 17,8% degli studenti si colloca al centro, ma è interessante notare come, anche in questo caso, l'area più nutrita è quella dei non schierati, che si compone del 21,3% degli elettori.

La tabella successiva incrocia questo dato con l'estrazione politica dei genitori, in modo da capire se esiste una soluzione di continuità tra genitori e figli in merito all'area politica di riferimento.

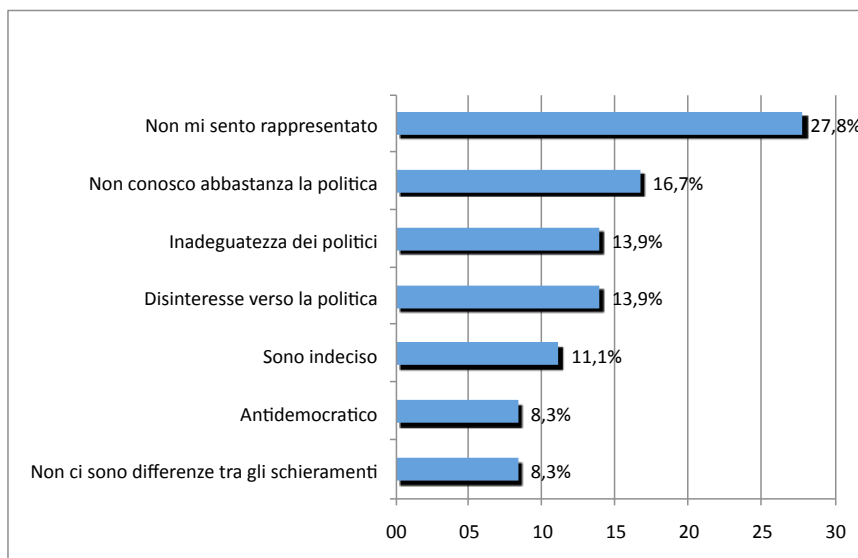
Tab. 2.1 – Estrazione politica dei genitori per collocazione politica degli intervistati. Valori percentuali

AUTOCOLLOCAZIONE INTERVISTATI	COLLOCAZIONE POLITICA DEI GENITORI		
	Centrosinistra	Centrodestra	Non sa
Sinistra	20,3	1,8	0,0
Centrosinistra	42,2	1,8	28,6
Centro	15,6	20,4	0,0
Centrodestra	1,6	32,7	0,0
Destra	4,7	33,6	0,0
Non si colloca	15,6	9,7	71,4
Totale	100,0	100,0	100,0

I dati sembrano suggerire una risposta decisamente positiva al nostro precedente interrogativo. In entrambi i casi (genitori che votano centrodestra e centrosinistra), i figli sembrano seguire grossomodo fedelmente “l’indirizzo ideologico familiare”: nel caso di nuclei familiari con genitori che votano centrosinistra, ben il 62,5% dei ragazzi conferma questa tendenza ideologica (il 20,3% si colloca sulla sinistra estrema, mentre il 42,2% si pone in un arco di centrosinistra), mentre solo il 6,3% “tradisce” l’orientamento familiare privilegiando l’area di centrodestra.

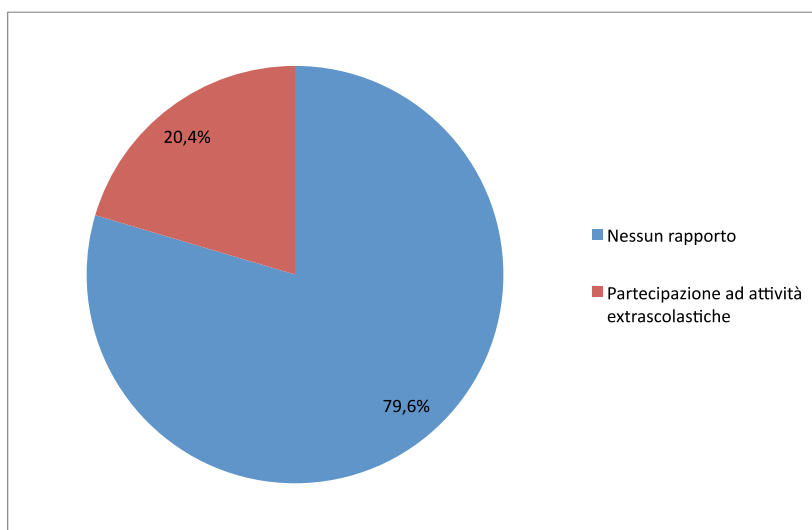
Nel caso di famiglie ad orientamento di centrodestra, troviamo una fidelizzazione ancor maggiore: infatti, il 66,3% dei ragazzi conferma l’orientamento familiare (addirittura il 33,6% si colloca sulla destra estrema, mentre il 32,7% predilige il centrodestra), mentre la percentuale di chi si orienta in maniera opposta rispetto ai genitori si ferma al 3,6%. In linea generale, gli intervistati che vivono in un ambiente familiare di centrodestra sembrano avere “le idee più chiare” dal punto di vista dell’autocollocazione politica: infatti, solo il 9,7% di questi non sa/non vuole collocarsi nell’asse destra/sinistra, a fronte del 15,6% di coloro aventi genitori di centrosinistra.

Graf. 2.28 – Ragioni del mancato schieramento



La motivazione che più di altre induce a non schierarsi è la scarsa fiducia nelle attuali forze politiche di dare adeguata rappresentanza alle proprie idee, mentre nell'11,1% dei casi gli studenti preferiscono non schierarsi dato che non posseggono una conoscenza adeguata della politica per effettuare una "scelta di campo" con cognizione di causa. Altre ragioni si identificano con una percezione di inadeguatezza dei politici e con un diffuso sentimento di disinteresse nei confronti delle vicende della politica. Nell'8,3% dei casi, si preferisce non schierarsi dato che tra le due coalizioni di riferimento (sinistra/destra) non vengono riscontrate significative differenze in grado di giustificare una scelta.

Graf. 2.29 – Esistenza di rapporti con gruppi organizzati



Se gli studenti che si candidano sono, tendenzialmente, studenti “impegnati” su un raggio più ampio ed in molteplici settori, lo stesso non può dirsi degli elettori, poco coinvolti nella campagna elettorale, ed ancor meno coinvolti nella “vita civile” del proprio tessuto sociale di riferimento. Sono solo un quinto (20,4%) rispetto al totale degli intervistati gli studenti appartenenti a gruppi organizzati al di fuori della scuola, mentre quasi l’80% di questi non svolge alcuna attività associativa o di volontariato.

Il grafico a seguire incrocia il dato relativo all’impegno civico con l’estrazione politica dei genitori.

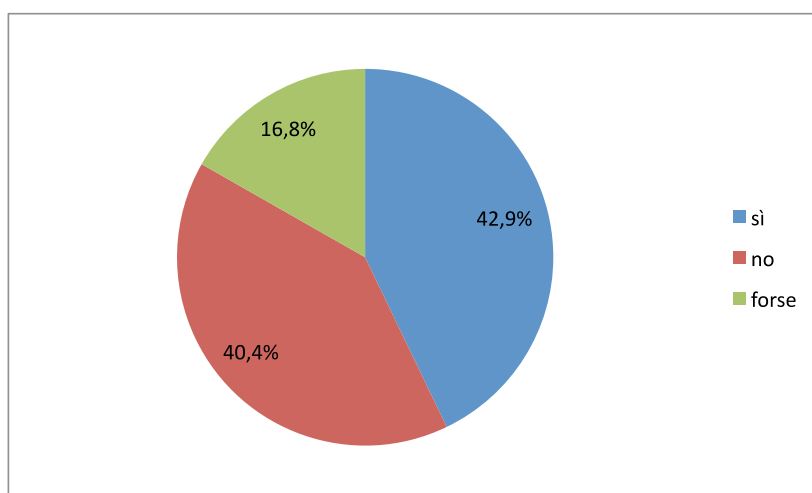
Tab. 2.2 – Estrazione politica dei genitori per impegno civico degli intervistati.

Valori percentuali

Estrazione politica dei genitori	Precedenti di impegno civico degli studenti	
	Sì precedenti	No precedenti
Centrodestra	40,0	45,5
Centrosinistra	60,0	51,4
Non sa	0,0	3,2
Totale	100,0	100

Anche in questo caso i dati sembrerebbero dire come un ambiente familiare di centrosinistra tenda in una certa misura a favorire una maggiore partecipazione dei ragazzi in attività extrascolastiche di impegno civico e sociale.

Graf. 2.30 – Propositi di impegno civico in futuro



Tuttavia, quando agli studenti è stato chiesto se, indipendentemente dal loro eventuale coinvolgimento in attività associative, intendano impegnarsi in futuro, le risposte affermative ottengono la “maggioranza relativa” (42,9%), a fronte del 40,4% dei no e della significativa percentuale di incerti (16,8%), a testimonianza del fatto che l’attuale *civic disengagement* di una parte significativa dei giovani studenti umbri non sembra essere un dato consolidato.