

dal tentativo di coniugare l'attenzione per istituzioni politiche formali di derivazione occidentale con le «distorsioni» portate al loro funzionamento da pratiche neopatrimoniali, anch'esse riconosciute come regolarità, e dunque a tutti gli effetti parte integrante dell'eredità istituzionale. Tali pratiche, tuttavia, sarebbero comuni alla totalità dei casi presi in esame, e non spiegano pertanto le variazioni negli esiti delle transizioni, illuminandone piuttosto alcuni tratti costanti. Il titolo del lavoro indica la cautela adottata dagli AA. circa le possibilità di consolidamento dei nuovi regimi e la coscienza del permanere di aspetti neopatrimoniali nella forma di *big men democracies*: formali o informali, le istituzioni «contano», e proprio per questo pongono dei chiari limiti alle prospettive di piena democratizzazione di diversi paesi africani.

[Giovanni Carbone]

PAOLO CERI (a cura di), *Politica e sondaggi*, Torino, Rosenberg & Sellier, 1997, pp. 304, L. 35.000, Isbn 88-7011-714-6.

«Richiesti, considerati, deprecati»: l'A. riassume così la natura contraddittoria degli atteggiamenti nutriti dalla maggior parte delle persone nei confronti dei sondaggi d'opinione su argomenti politici. La rilevanza dei sondaggi per il sistema politico italiano, specie in occasione delle consultazioni elettorali, solleva diversi interrogativi attinenti al funzionamento della democrazia e alla percezione della qualità della ricerca sociale. Qual è la qualità dei sondaggi, intesa come capacità di riflettere fedelmente gli stati dell'opinione pubblica? Quali sono gli effetti della diffusione dei risultati dei sondaggi sugli orientamenti di voto, sul comportamento degli attori politici e sugli atteggiamenti generali dei cittadini in ambito politico? Si tenta di rispondere a tali quesiti nelle due parti che compongono il volume: la prima si sofferma «sulla logica e tecnica dei sondaggi politici»; la seconda «sull'uso dei sondaggi politici». Nel saggio più corposo del volume, Alberto Marradi offre alcune riflessioni, già pubblicate in passato ma sempre pertinenti e penetranti, sulla confusione dei concetti di casualità e rappresentatività e sulle implicazioni che ne derivano per la generalizzabilità dei risultati di un sondaggio. Egli enuclea, inoltre, un quarto tipo di voto da affiancare alla consolidata tripartizione appartenenza / opinione / scambio: il «voto di impressione», determinato da «motivazioni non-razionali e di brevissimo periodo». Renato Mannheim presenta alcuni indicatori della capacità previsiva dei sondaggi in Italia in occasione delle elezioni politiche nel periodo 1987-96 e giunge alla conclusione che essa è «spesso più accurata di quanto normalmente molti suppongano». Nega, però, che il fine cognitivo dei sondaggi sia la previsione di comportamenti; se quest'obiettivo appare invece preminente, ciò è dovuto alla carente «cultura dei sondaggi» vi-

gente in Italia. Albino Claudio Bosio prende in esame le distorsioni determinate da problemi di mancata copertura, mancato contatto, incapacità di rispondere e rifiuto di partecipare a un sondaggio. In particolare, egli passa in rassegna le caratteristiche sociali che contribuiscono alla non-risposta, i motivi che ne stanno causando l'espansione e l'esiguità dei mezzi a disposizione dei ricercatori per contrastarla. Paolo Natale pone in evidenza alcune fondamentali distinzioni fra tecniche di rilevazione diverse (sondaggi pre-elettorali, post-elettorali, *exit polls*, proiezioni), che talvolta vengono trattate come se fossero identiche, e alcuni tipi di distorsione delle stime cui danno luogo. Nella seconda parte del volume Stefano Draghi tratta la pubblicazione dei sondaggi come profezie e ne esamina le possibili conseguenze sul comportamento di voto (effetti *underdog* e *bandwagon*). Marina Villa illustra come la divulgazione dei sondaggi politici venga regolamentata in Francia. Anna Paola Cova ripercorre la storia dei sondaggi politici e degli *exit polls* negli Usa e in Gran Bretagna. Roberto Weber descrive quattro casi di «uomini e sondaggi», ovvero le diverse motivazioni che possono animare i politici che decidono di commissionare un'indagine campionaria presso l'elettorato. Alberto Leiss e Letizia Paolozzi descrivono l'uso dei sondaggi da parte della stampa italiana. Gianni Statera dà conto della fruizione dei sondaggi come manifestazione di «politica-spettacolo». Infine, nel denso saggio conclusivo Ceri identifica alcune funzioni politicamente salienti dei sondaggi (legittimazione delle *issues*, formazione dell'agenda politica, costruzione del consenso) e le loro conseguenze potenzialmente nocive per la democrazia. Nel volume è relativamente scarna la tematizzazione del ruolo dei mezzi di informazione, che a volte compaiono come attori passivi e indifferenziati, ed è forse eccessiva la reiterata evocazione dello spauracchio della «sondomania» o «sondocrazia». Nel complesso, tuttavia, i contributi, ancorché disomogenei fra loro, costituiscono un quadro esauriente e illuminante del fenomeno dei sondaggi politici in Italia.

[Giancarlo Gasperoni]

PIERGIORGIO CORBETTA e ARTURO M.L. PARISI (a cura di), *Cavalieri e fanti. Proposte e proponenti nelle elezioni del 1994 e del 1996*, Bologna, Il Mulino, 1997, pp. 422, L. 50.000.

PIERGIORGIO CORBETTA e ARTURO M.L. PARISI (a cura di), *A domanda risponde. Il cambiamento del voto degli italiani nelle elezioni del 1994 e del 1996*, Bologna, Il Mulino, 1997, pp. 410, L. 45.000.

Questi due volumi sono il frutto di una approfondita analisi delle elezioni italiane del 1994 e del 1996 condotta dal «Comitato per