

This is the peer reviewed version of the following article:

Scandali politici e opinione pubblica: Impatto e strategie di ripristino della reputazione / Cucchi, Silvia; Cavazza, N.. - In: GIORNALE ITALIANO DI PSICOLOGIA. - ISSN 0390-5349. - 44:3(2017), pp. 727-758. [10.1421/88384]

Terms of use:

The terms and conditions for the reuse of this version of the manuscript are specified in the publishing policy. For all terms of use and more information see the publisher's website.

04/05/2026 06:01

(Article begins on next page)

Scandali politici e opinione pubblica: Impatto e strategie di ripristino della reputazione.

Di Silvia Cucchi e Nicoletta Cavazza

Silvia Cucchi

Università degli Studi di Parma

Dipartimento di Lettere, Arti, Storia e Società

silvia.cucchi@studenti.unipr.it

Nicoletta Cavazza

Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia

Dipartimento di Comunicazione ed Economia

nicoletta.cavazza@unimore.it

Scandali politici e opinione pubblica: Impatto e strategie di ripristino della reputazione.

Abstract

La presente rassegna si propone di fare il punto sulle conoscenze prodotte dalla psicologia politica relativamente alle dinamiche che si verificano a seguito degli scandali politici e che coinvolgono l'opinione pubblica. Innanzitutto abbiamo tentato di definire l'impatto sul piano cognitivo, affettivo e comportamentale dell'elettorato sia nell'immediato sia nel medio-lungo periodo. In secondo luogo, abbiamo individuato i fattori in grado di moderare tale impatto. Infine, ci siamo chieste quali sono le strategie comunicative di ripristino della reputazione a disposizione dei politici sotto accusa, e quali risultino più efficaci. La rassegna termina con una discussione degli interrogativi ancora aperti.

Parole chiave: Scandali politici; Valutazione del candidato; Opinione pubblica; Danno reputazionale; Comunicazione politica

Political scandal and public opinion: impact and image repair strategies.

Abstract

The aim of the present paper was to review the psycho-political literature about consequences of political scandals on public opinion. First of all we tried to define cognitive, affective and behavioral consequences of political scandals on constituency, both in the short and the long term. Second, we discussed which factors may moderate this impact. Finally, we showed the image repair strategies available to politicians accused, and their relative effectiveness. Ulterior avenue for research are discussed.

Keywords: Political scandals; Candidate evaluation; Public opinion; Reputational damage, Political communication.

Da alcuni decenni nella cronaca politica italiana, così come in quella internazionale, molto spazio è dedicato ad eventi che si possono classificare come scandalosi. Uno scandalo infatti può essere definito come un comportamento trasgressivo e inatteso di un personaggio pubblico che viene disvelato all'audience (Thompson, 2000). I principali elementi che fanno di un evento uno scandalo politico sono dunque cinque: a) la trasgressione di una norma formale o implicita; b) l'emergere di una pubblica accusa; c) la salienza del comportamento trasgressivo che attira l'attenzione del pubblico e stimola la ricerca di spiegazioni; d) l'offesa nei confronti dell'audience e e) il danno reputazionale che si riflette sul trasgressore.

Il primo elemento caratterizzante uno scandalo è la trasgressione, si tratta infatti sempre di eventi che implicano una violazione di norme o comportamenti considerati socialmente legittimi (Thompson, 2000). Questo non significa che si tratti sempre di condotte devianti rispetto alla legge, spesso si tratta infatti di una trasgressione di norme implicite o fondamenti morali (Haidt e Joseph, 2004; Graham, Haidt e Nosek, 2009). Ad esempio nel caso degli scandali sessuali la trasgressione riguarda aspettative che rendono la fedeltà coniugale un comportamento socialmente desiderabile (McDermott, Schwartz e Vallejo, 2015), ma anche un fondamento morale ancorato ai valori della castità e dell'autocontrollo (Haidt e Joseph, 2004; Graham, Haidt, e Nosek, 2009). Questa trasgressione di valori, norme o codici morali, può inoltre essere reale o presunta. Infatti, affinché si inneschi quella fitta rete di comunicazioni socialmente costruite e selezionate caratterizzanti uno scandalo politico, non è necessario che il trasgressore abbia realmente commesso il fatto, ma è sufficiente l'accusa di averlo fatto (Esser e Hartung, 2004). Il celebre meccanismo della «macchina del fango» si regge proprio su tali dinamiche (Nyhan e Reifler, 2015).

La seconda caratteristica riguarda la pubblicità dei comportamenti trasgressivi, il fatto cioè che il protagonista sia pubblicamente accusato di averli messi in atto, attraverso rivelazioni interessate (come azioni di propaganda negativa) o indagini ufficiali. Nell'odierna politica mediatizzata uno scandalo è spesso una co-produzione dei media e delle opposizioni politiche che

hanno tutto l'interesse di discreditare i propri avversari (Nyhan, 2015). Queste rivelazioni stimolano nell'opinione pubblica un bisogno di informazioni e spiegazioni, innescando nelle persone processi di attribuzione causale nei quali le caratteristiche dell'evento assumono un peso determinante (Ulbig e Miller, 2012; Coombs, 1995, 2007).

Il terzo elemento rilevante è che lo scandalo riguarda lo svelamento di un comportamento inatteso dall'opinione pubblica e per questa ragione in grado di focalizzare l'attenzione. Come sottolinea Thompson (2000, 13), «gli scandali sono trasgressioni che diventano note agli altri e sono sufficientemente gravi da suscitare una risposta pubblica». Ma naturalmente parliamo di una sorpresa negativa, infatti la quarta caratteristica riguarda il fatto che lo scandalo si costruisce intorno a comportamenti che l'audience percepisce come offensivi.

Infine, si parla di scandalo quando è in gioco un danno reputazionale, ossia una revisione da parte dell'opinione pubblica della rappresentazione condivisa di quell'attore politico. L'entità di tale danno, come vedremo nelle prossime pagine, dipende anche dalla capacità del politico sotto accusa di difendersi efficacemente, attuando le appropriate strategie di ripristino della reputazione (Benoit, 1997; Coombs, 1995, 2006, 2007; Johnson, 2015, Sheldon e Sallot, 2008).

Alla luce degli elementi che caratterizzano gli scandali politici, ci siamo chieste quale sia l'impatto di tali eventi sull'opinione pubblica e, in particolare, sul piano cognitivo (il giudizio sul protagonista e la valutazione del suo operato), affettivo (la fiducia e il gradimento generale per quel personaggio), e comportamentale, nei termini di sostegno per il politico coinvolto e per il suo partito, nel breve così come nel lungo periodo. Inoltre, la recente storia politica ci mostra che essere travolti da uno scandalo non comporta necessariamente la rinuncia alla carriera politica: alcuni politici sono sopravvissuti, più o meno brillantemente, a scandali che per settimane hanno catalizzato l'attenzione dei media, mentre la carriera di altri è stata bruscamente interrotta dai fatti scandalosi. Da che cosa è determinata questa differenza di impatto? Nella presente rassegna cerchiamo di fare il punto su come la psicologia sociale, e la psicologia politica in particolare, abbiano risposto a questo e ad altri interrogativi inerenti le dinamiche generate da quei fatti che

chiamiamo scandali. Prenderemo in considerazione le caratteristiche inerenti la natura dello scandalo, del politico coinvolto o dell'elettorato in grado di influenzare l'impatto che questo avrà sull'opinione pubblica. Infine, ci siamo chieste quali sono le strategie di difesa e di ripristino della reputazione a disposizione dei politici sotto accusa, e quali tra queste risultino più efficaci.

1. L'impatto degli scandali politici

L'evento che ha riguardato l'ex presidente degli Stati Uniti Bill Clinton e la stagista Monica Lewinsky testimonia che lo scoppio di uno scandalo non definisce necessariamente la fine di una carriera politica. All'indomani di questo evento, diversi psicologi, scienziati politici, economisti e studiosi della comunicazione si sono chiesti come mai, nonostante la richiesta di *impeachment* e l'interesse suscitato nei media di tutto il mondo, il Presidente degli Stati Uniti abbia brillantemente superato lo scandalo (Sonner e Wilcox, 1999; Lawrence e Bennett, 2001). Sono state proposte diverse spiegazioni: le condizioni economiche favorevoli del paese in quel momento storico (Lawrence e Bennett, 2001; Just e Crigler, 2000; Smyth e Taylor, 2003; Zaller, 1998); la salienza dei risultati positivi del governo rispetto alla vicenda Lewinsky (Lawrence e Bennett, 2001; Miller, 1999; Owen, 2000; Pillai, Stites-Doe, e Brodowsky, 2004; Thompson, 2000; Woessner, 2005; Zaller, 1998) e il suo inquadramento come un fatto inerente la vita privata del Presidente, dunque poco importante per le sorti del paese (Bennett, 2002; Brown, 2006; Fischle, 2000; Just e Crigler, 2000; Joslyn, 2003; Lawrence e Bennett, 2001; Miller, 1999; Owen, 2000; Pillai, et al., 2004; Thompson, 2000; Woessner, 2005; Zaller, 1998) sarebbero le ragioni principali.

I risultati delle ricerche condotte intorno alla vicenda Clinton-Lewinsky suggeriscono che uno scandalo può comportare conseguenze sul piano cognitivo, affettivo e/o comportamentale degli elettori, inoltre la valutazione di un politico riguarda diverse componenti (principalmente la competenza e la moralità) e uno scandalo può influenzarle in maniera distinta (Bennett, 2002; Fischle, 2000; Just e Crigler, 2000; Lawrence e Bennett, 2001; Miller, 1999; Owen, 2000; Pillai, et al., 2004; Thompson, 2000; Woessner, 2005; Zaller, 1998).

Sul piano cognitivo, un evento scandaloso, come qualsiasi avvenimento inaspettato o potenzialmente dannoso, genera nelle persone un bisogno di interpretazione. Coerentemente con quanto previsto dalla teoria dell'attribuzione (Weiner, 1985), nel caso di eventi negativi o inaspettati, le persone tentano di arrivare ad una spiegazione formulando delle attribuzioni causali (Miller, 2010). In particolare, le attribuzioni delle persone riguardano la responsabilità per l'evento scandaloso che può essere attribuita a fattori interni o esterni all'individuo protagonista dello scandalo (Coombs, 1995, 2006, 2007). L'attribuzione a fattori interni (il protagonista ha intenzionalmente trasgredito) porta al danno reputazionale subito da quell'attore sociale, mentre l'attribuzione a fattori esterni (es. circostanze particolari o collaboratori infedeli) portano ad una maggiore indulgenza (Coombs, 1998 ; Coombs e Holladay, 1996, 2002, 2004). Occorre però tenere presente che questo processo non si limita a fotografare la realtà, ma è passibile di distorsioni sistematiche, in particolare la tendenza delle persone a privilegiare attribuzioni di tipo interno e disposizionale per eventi che riguardino altri (Ross, 1977). Questo bias porta i cittadini a sovrastimare l'intenzionalità nella trasgressione del politico e ad inferirne un orientamento stabile alla disonestà o alla infedeltà, per esempio, che guideranno con buona probabilità anche i comportamenti futuri. Per questa via l'impatto dello scandalo potrebbe risultare durevole (Claeys, Cauberghe e Vyncke, 2010; Joslyn, 2003).

Inoltre, negli atteggiamenti nei confronti di un politico, così come in ogni atteggiamento, è possibile distinguere una componente cognitiva che esprime le caratteristiche che vengono associate a quel personaggio, in particolare quanto egli sia considerato competente ed esperto sul piano professionale, ed una affettiva, che è stata indicata con diversi termini, per esempio *favorability e trustworthiness*, tutti riconducibili al gradimento e alla fiducia che il politico è in grado di suscitare (Doherty, Dowling e Miller, 2011; Funk, 1996; Kioussis, 2003). Ricerche sperimentali che hanno manipolato scenari fittizi di scandali politici hanno mostrato che la condizione di scandalo peggiorava significativamente la fiducia nei confronti del protagonista, suscitava meno emozioni positive (rispetto e ammirazione) e rafforzava le emozioni negative (rabbia e disgusto) espresse dai

partecipanti, rispetto ad una condizione di controllo in cui si descriveva il politico in una situazione neutra senza accuse di scandalo (Funk, 1996). Come illustreremo più dettagliatamente nel prossimo paragrafo, la percezione di competenza, a differenza della affidabilità, risulta scarsamente influenzata da scandali di matrice sessuale (infedeltà coniugale), mentre uno scandalo finanziario (evasione di tasse) influenzerebbe entrambe le componenti, cognitiva e affettiva, del giudizio (Bennett, 2002; Brenton, 2011; Carlson, Ganiel, e Hyde, 2000; Doherty, et al., 2011; Just e Crigler 2000; Kioussis, 2003).

Vi è poi un terzo piano sul quale si possono cogliere le conseguenze di uno scandalo: quello comportamentale, che riguarda l'intenzione delle persone di ritirare il proprio consenso (compreso il voto) dal politico scandaloso o, al contrario, la loro disponibilità a continuare a mantenere il proprio consenso. Le conseguenze di uno scandalo in termini di sostegno elettorale sono state considerate in diverse survey che hanno messo in relazione il coinvolgimento o meno di vari candidati reali in uno o più scandali e la loro capacità di raccogliere voti in occasioni elettorali (Banducci e Karp, 1994; Basinger, 2013; Brown, 2006; Dimock e Jacobson, 1995; Farrell, McAllister e Studlar, 1998; Hibbing e Welch, 1997; Peters e Welch, 1980). Da alcuni di questi lavori emerge che dagli anni Sessanta al 2010, circa il 40% dei parlamentari statunitensi coinvolti in uno scandalo non sono stati rieletti, perché hanno perso alle primarie o alle *general election*, o perché si sono dimessi, o perché hanno ritirato la propria candidatura. Ai candidati che, al contrario, hanno deciso di non ritirare la candidatura, il coinvolgimento in uno scandalo è «costato» dal 5 al 10% dei voti che avrebbero conquistato «da puliti» (Basinger, 2013; Hibbing e Welch, 1997; Peters e Welch, 1980;). Tale sanzione in termini di voti era maggiore in caso di elezioni primarie rispetto alle *general election*. La spiegazione ipotizzata per tale risultato è che in un contesto di primarie, i criteri su cui basare la propria scelta di volto sono più deboli (essendo i candidati appartenenti allo stesso schieramento) rispetto nelle elezioni vere e proprie, per questo l'impatto delle informazioni relative ad uno scandalo pesa di più nel determinare la scelta di voto degli elettori (Brown, 2006). Sebbene questi dati mostrino che, al di là delle percentuali, una quota rilevante di politici realmente

implicati in scandali sopravvive ad essi e viene rieletta, gli studi sperimentali mostrano una maggiore propensione dei partecipanti a punire un candidato (quasi sempre fittizio) che sia implicato in uno scandalo (Doherty et al., 2011; Funk, 1996). Questa differenza suggerisce che l'impatto reale degli scandali possa essere minore rispetto a quanto gli elettori sono disposti a dichiarare e a credere.

Uno scandalo politico potrebbe poi esercitare influenze sui consensi a lungo termine, cioè sui voti raccolti oltre la prima tornata elettorale post scandalo. Due studi- un esperimento longitudinale e una survey- hanno valutato la persistenza dell'effetto degli scandali politici sul supporto elettorale nel tempo. Vonnahme (2014) ha costruito un esperimento longitudinale in 6 step, simulando online una campagna elettorale per la carica di sindaco. Ogni due giorni veniva richiesto ai partecipanti di andare alla pagina online per completare una fase dell'esperimento che consisteva nella lettura di presunti articoli sul candidato e nella sua successiva valutazione. Le condizioni sperimentali a cui sono stati assegnati casualmente i partecipanti erano 4 e differivano per la presenza o meno di uno scandalo e l'affiliazione partitica del finto candidato (liberale vs. conservatore). Nel quarto step era inclusa la manipolazione sperimentale relativa allo scandalo: una parte dei partecipanti (condizione con scandalo) riceveva un finto articolo di giornale nel quale il candidato sindaco confessava di aver avuto una relazione extraconiugale con una sua collaboratrice, mentre i rimanenti partecipanti (condizione senza scandalo) leggevano un articolo di giornale in cui il candidato esprimeva la sua posizione su un tema della campagna elettorale. Nella quinta fase era inclusa invece la manipolazione dell'affiliazione partitica del candidato sindaco. Al sesto step (cioè 4 giorni dalla manipolazione dello scandalo) i partecipanti dovevano valutare nuovamente il politico per misurare la durata dell'impatto dello scandalo. L'informazione relativa allo scandalo aveva un effetto negativo immediato sulla valutazione del candidato (quella espressa nello step 4), che era però moderato dalla precedente valutazione del politico (quella espressa nello step 3). Infatti, fra i partecipanti che prima della manipolazione dello scandalo giudicavano il politico in modo negativo, lo scandalo non induceva differenze significative rispetto alla condizione di controllo, mentre i

partecipanti che si erano fatti una opinione positiva reagivano più negativamente allo scandalo. Anche a distanza di tempo, l'impatto dello scandalo era moderato dalla valutazione precedente. Infatti, nella condizione di scandalo, dopo l'immediata reazione negativa, i partecipanti miglioravano complessivamente la loro valutazione del candidato rispetto ai partecipanti nella condizione senza scandalo. Tuttavia, questo miglioramento era particolarmente evidente fra i partecipanti che precedentemente avevano una valutazione positiva. Il limite di questo studio è rappresentato dal breve intervallo temporale (4 giorni) intercorso tra la rilevazione immediata post scandalo e quella allo step 6 utilizzata dall'autore per operationalizzare la persistenza degli effetti dello scandalo. Tuttavia, questo risultato suggerisce che godere di una reputazione positiva è un fattore che può limitare i danni arrecati dall'essere travolti dallo scandalo nel lungo periodo. La ricerca correlazionale condotta da Praino, Stockemer e Moscardelli (2013) conferma questo pattern al di fuori del laboratorio. Gli autori hanno infatti utilizzato i dati del Comitato Etico del Congresso Americano e i risultati elettorali delle tornate tra il 1972 e il 2006 per verificare se l'emergere di uno scandalo avesse inciso sul margine di vittoria dei candidati, non solo nella prima elezione post scandalo, ma anche in quelle successive. I risultati confermano che il verificarsi di uno scandalo ha un immediato effetto negativo sul margine di vittoria dei candidati nella prima tornata elettorale post scandalo, mentre dopo due cicli elettorali (4 anni) il margine di vittoria dei candidati ritorna ai livelli pre scandalo.

Ciò non esclude che, nel lungo periodo, uno scandalo possa causare un vero e proprio danno reputazionale al politico coinvolto (Bull, 2003; Thompson, 2000). Come vedremo nella terza parte, l'esito dipende anche dalle strategie comunicative che l'attore politico adotta per affrontare la situazione (Johnson, 2015; Sheldon e Sallot, 2008).

Fino ad ora abbiamo trattato delle conseguenze che un evento scandaloso può avere nell'immediato e nel lungo periodo per il politico direttamente coinvolto, ma gli effetti di una trasgressione da parte di un rappresentante istituzionale potrebbero estendersi anche al suo partito, alla categoria dei politici in generale ed all'istituzione che egli rappresenta (Bowler e Karp, 2004;

Farrell, et al., 1998; Maier, 2011). Una recente vicenda della cronaca politica italiana testimonia la preoccupazione che gli attori politici hanno per il potenziale riverbero degli scandali sulla categoria. A seguito di diverse vicende giudiziarie in cui sono stati coinvolti alcuni amministratori comunali, una decina di sindaci hanno ritenuto di dover tutelare la loro figura istituzionale da attacchi che spesso in passato si sono conclusi con un nulla di fatto ma il cui danno reputazionale è stato altissimo. Lo hanno fatto scrivendo una lettera al Presidente della Repubblica e ad altre istituzioni dello Stato in cui fanno esplicito appello alla reputazione per arginare un possibile «effetto alone».

«Chiediamo, però, al Presidente della Repubblica, al Parlamento, al Governo, alla Magistratura, alle Istituzioni con cui lavoriamo, di considerare che la reputazione dei Sindaci, la loro capacità di governare i nostri Comuni, il rispetto per questo ruolo, sono un bene prezioso che va salvaguardato nell'interesse del buon funzionamento della nostra democrazia.» (Lettera dei Sindaci del 12/05/2016¹)

Alcuni studiosi si sono dunque chiesti quanto la continua erosione della fiducia dei cittadini nei confronti delle istituzioni politiche che caratterizza molte democrazie occidentali sia dovuta anche alla diffusione degli scandali politici (Bowler e Karp, 2004; Farrell, et al., 1998; Maier, 2011; Thompson, 2000). Uno studio longitudinale condotto sul caso di scandalo che ha coinvolto un ministro della Baviera nel 2004 (Maier, 2011) e un paio di survey (Bowler e Karp, 2004; Farrell, et al., 1998) hanno valutato queste ipotesi attraverso l'analisi dei dati del British Election Study relativi al 1998, anno in cui molti membri del partito conservatore inglese furono coinvolti in numerosi scandali, e dei dati degli American National Election Studies relativi al 1992, anno in cui decine di membri del Congresso americano furono coinvolti nello scandalo finanziario dell'House Bank. Complessivamente, da questi lavori emergono indizi a sostegno del fatto che l'impatto di uno scandalo possa avere effetti «alone», che vanno cioè al di là di quelli sul politico direttamente coinvolto. In particolare, gli elettori inglesi dei distretti i cui rappresentanti sono stati coinvolti in

¹ http://www.huffingtonpost.it/2016/05/12/lettera-sindaci-inchieste-autonomia_n_9924872.html?1463045646,utm_hp_ref=italy consultato il 29 maggio 2016

scandali esprimevano una valutazione più negativa del Parlamento inglese, minori livelli di fiducia nei politici e nel Parlamento e minori livelli di efficacia politica, rispetto agli elettori residenti in distretti i cui rappresentanti non erano stati coinvolti (Bowler e Karp, 2004). Allo stesso modo, emergeva una forte relazione tra la valutazione di un singolo parlamentare americano coinvolto in uno scandalo e la valutazione del Congresso americano in generale (Bowler e Karp, 2004). Infine, lo studio longitudinale condotto da Maier (2011) mostrava che lo scandalo che aveva investito il Ministro dell'educazione bavarese nel 2004 aveva avuto un impatto negativo anche sulla valutazione espressa dai partecipanti nei confronti del partito di appartenenza del Ministro e anche degli altri partiti presenti sulla scena elettorale bavarese.

L'effetto «alone» sembra il risultato di distorsioni sistematiche nella percezione della distanza che separa il protagonista dello scandalo dal suo partito, da altri suoi colleghi o dalla istituzione che rappresenta. Infatti, la salienza dell'informazione relativa ad uno scandalo può indurre effetti di assimilazione (sottostima della differenza) nella valutazione dei politici in generale (categoria sovraordinata) e di contrasto (sovrastima della differenza) nella valutazione di un altro personaggio politico non coinvolto nello scandalo (Bless, Igou, Schwarz e Wänke, 2000; Schwarz, e Bless, 1992). In particolare, i partecipanti che, a seguito dell'attivazione in memoria dell'informazione relativa allo scandalo di un noto politico tedesco (Max Streibl) indotta dai ricercatori, erano chiamati a esprimere il proprio grado di fiducia nei politici tedeschi in generale, mostravano effetti di assimilazione. Questi partecipanti esprimevano cioè livelli di fiducia nella categoria dei politici tedeschi più bassi rispetto ai partecipanti ai quali non era stato ricordato lo scandalo. All'opposto, i partecipanti che, sempre a seguito dell'attivazione in memoria del medesimo scandalo, dovevano esprimere la loro fiducia verso un altro politico mostravano effetti di contrasto, manifestavano cioè livelli di fiducia verso il politico target più alti rispetto ai partecipanti nella condizione senza l'attivazione dello scandalo Streibl. Dunque, l'informazione relativa ad un politico coinvolto in uno scandalo viene inclusa nella rappresentazione della categoria sovraordinata (i politici in generale) generando effetti di assimilazione, mentre serve da termine di confronto

(negativo) per giudicare un altro specifico politico la cui onestà, per effetto di contrasto, diviene saliente.

Secondo questi studi è quindi possibile che uno scandalo politico sia dannoso per la fiducia e il giudizio dei cittadini nei confronti del partito o della categoria dei politici in generale, ma sia proficuo per singoli attori politici, che potrebbero trarre vantaggio dal paragone col politico trasgressore.

2. Moderatori dell'impatto dello scandalo

Secondo la Teoria dei fondamenti morali il giudizio morale si fonda su cinque fondamenti innati e universali ossia Prendersi cura vs. Fare del male, Giustizia vs. Iniquità; Lealtà vs. Tradimento; Autorità vs. Sovversione; Santità vs. Degradazione (Graham et al, 2009; Graham, Nosek, Haidt, Iyer, Koleva, e Ditto, 2011; Haidt e Joseph, 2004;). Abbiamo sottolineato sopra che gli eventi che generano scandalo lo fanno in quanto trasgressioni riconducibili a questi fondamenti. La loro natura innata e universale non esclude tuttavia che gruppi sociali e culture diverse possano attribuire una importanza variabile a ciascuno di essi.

Per questa ragione, l'entità degli esiti di uno scandalo politico, di cui abbiamo offerto una panoramica nel precedente paragrafo, può essere amplificata o ridotta da alcune caratteristiche che attengono al tipo di scandalo, all'attore politico coinvolto, e all'elettorato.

2.1 Natura dello scandalo

Non tutti i comportamenti trasgressivi resi pubblici suscitano lo stesso scandalo. Il primo moderatore che dobbiamo considerare riguarda dunque l'ambito a cui si riferisce il comportamento trasgressivo.

In questo campo, le ricerche hanno mostrato che le persone tendono a giudicare più negativamente scandali di natura finanziaria (evasione fiscale o appropriazione indebita) rispetto a scandali che emergano dalla vita privata degli attori politici, come per esempio l'infedeltà coniugale (Carlson et al., 2000 Funk, 1996; Doherty, et al., 2011; Smith, Smith Powers, e Suarez, 2005),

sebbene l'adulterio sia risultato una violazione più grave dell'uso di stupefacenti (Maule e Goidel, 2003). Una aggravante sembra poi essere l'incoerenza che l'evento scandaloso comunica. La vita privata di un attore politico è continuamente sotto i riflettori, ed è quindi inevitabile che i cittadini si aspettino da essi piena congruenza tra i valori espressi e le loro condotte di vita. Come abbiamo ricordato in precedenza, uno scandalo è una violazione di norme o comportamenti considerati socialmente accettabili, ma non necessariamente il politico trasgressore è anche ipocrita (Thompson, 2000). La percezione d'ipocrisia da parte dei cittadini, infatti, deriva dal tradimento di valori o standard di condotta espressamente sostenuti dal politico, o dal partito di cui egli fa parte, e smentiti dai suoi comportamenti (Bhatti, Hansen e Olsen, 2013; McDermott, Schwartz e Vallejo, 2015). Essere un rappresentante di una forza politica che sostiene apertamente la scuola pubblica e iscrivere i propri figli in un istituto privato, ad esempio, è un comportamento che, benché del tutto lecito, potrebbe essere considerato scandaloso dagli elettori in quanto ipocrita. Un paio di studi sperimentali hanno verificato se un politico coinvolto in uno scandalo fosse maggiormente punito in uno scenario di «scandalo con ipocrisia» rispetto ad uno senza ipocrisia (Bhatti, et al., 2013; McDermott, et al., 2015). I risultati di queste ricerche nel complesso suggeriscono che la percezione d'ipocrisia effettivamente diventa una aggravante, dato che rende lo scandalo una trasgressione ad almeno due fondamenti morali: quello della lealtà oltre a quello specifico al tipo di comportamento messo in atto. In particolare, la ricerca di Bhatti, Hansen e Olsen (2013) ha mostrato che le persone erano più inclini a perdere la fiducia nei confronti di un politico che commetteva trasgressioni in contrasto con la posizione ideologica del suo partito di appartenenza (scandalo con ipocrisia), rispetto a quando il medesimo politico era coinvolto in uno scandalo che non violava le posizioni del suo partito (scandalo senza ipocrisia). Ad esempio, in Danimarca politici social-democratici erano giudicati più negativamente di politici liberali nel caso in cui si fossero rivolti ad un ospedale privato, mentre i politici liberali erano giudicati molto più duramente dei social-democratici per bancarotta. Le persone si sono inoltre dimostrate meno propense a votare per un politico che si era sempre dichiarato a favore della famiglia e di cui veniva svelata l'infedeltà coniugale (scandalo con

ipocrisia), rispetto ai partecipanti assegnati alla condizione in cui il politico era coinvolto nel medesimo scandalo ma senza ipocrisia (McDermott, et al, 2015).

Anche la percezione di abuso di potere da parte del politico trasgressore risulta una aggravante dell'impatto (Doherty, et al., 2011; Smith et al., 2005). Anche in questo caso la trasgressione di un fondamento morale di giustizia si aggiunge a quella specifica del comportamento messo in atto. In particolare, Doherty e colleghi (2011) hanno condotto un esperimento in cui hanno manipolato la natura dello scandalo (infedeltà coniugale vs. evasione fiscale) e il fatto che questo comportasse o meno abuso di potere da parte del politico protagonista. L'abuso di potere effettivamente peggiorava, rispetto alle condizioni di scandalo senza abuso di potere, tutte le valutazioni dei partecipanti circa il politico coinvolto (valutazione professionale, valutazione personale e intenzione di voto). Il giudizio più negativo emergeva nella condizione di scandalo fiscale con abuso di potere e riguardava la valutazione professionale del politico protagonista. Inoltre, nel caso in cui questo fosse coinvolto in uno scandalo di infedeltà coniugale senza abuso di potere, le persone mostravano di distinguere molto bene tra valutazione professionale e personale del politico. L'effetto di questo tipo di trasgressione risultava infatti maggiore sulla valutazione personale che non sulla valutazione professionale del protagonista. Uno scandalo finanziario, con o senza abuso di potere, influenzava invece entrambe le componenti (personale e professionale) del giudizio.

Di fronte ad un politico coinvolto in uno scandalo, gli elettori possono assumere le opinioni di «esperti» come fonte di informazioni per formulare i propri giudizi. In questo caso, un fattore di moderazione sarà costituito dalla cornice interpretativa (*frame*) offerta da questi. Una conferma di queste ipotesi emerge dai risultati di uno studio sperimentale (Woessner, 2005), in cui l'autore ha manipolato, attraverso la somministrazione ai partecipanti di due finti articoli di giornale, il *frame* (trasgressione pubblica del Presidente che ha infranto la legge vs. trasgressione privata del Presidente che ha tradito la moglie) entro il quale un presunto storico inquadrava lo scandalo Clinton, conclusosi da oltre un anno. In entrambe le versioni lo storico concludeva affermando che

il *Sexgate* non avrebbe avuto conseguenze a lungo termine. Le variabili dipendenti considerate riguardavano valutazioni retrospettive dello scandalo: il grado di approvazione del Presidente, il grado di approvazione della richiesta di *impeachment* avanzata dal Congresso Americano e il grado di approvazione della sentenza di assoluzione del Presidente da parte del senato. Dai risultati è emerso che il *frame* dello scandalo da parte dell'esperto (trasgressione pubblica vs. trasgressione privata) influenzava la probabilità di approvazione della richiesta di *impeachment*. In particolare, i partecipanti che erano stati indotti a vedere lo scandalo in una cornice pubblica erano più propensi a supportare la richiesta di *impeachment* rispetto alle persone che avevano ricevuto la versione che lo inquadrava come un fatto privato.

2.2 Caratteristiche del politico

L'impatto di una trasgressione varia in relazione alle caratteristiche del politico coinvolto e al modo in cui egli è percepito dall'audience. Gli studi condotti in psicologia politica sulla percezione dei politici hanno mostrato che la percezione di questi personaggi converge su due principali dimensioni denominate leadership e moralità, riconducibili alle due dimensioni chiave della percezione sociale, vale a dire *agency* e *communion* (es. Abelson, Kinder, Peters, e Fiske, 1982; Caprara, Schwartz, Vecchione, e Barbaranelli, 2008; Barisione e Catellani, 2008; Kinder e Sears, 1981; Rahn, Aldrich, Borgida, e Sullivan, 1990; Wojciszke e Klusek, 1996). E' infatti possibile considerare le caratteristiche di competenza e leadership come sotto-dimensioni della più ampia dimensione di *agency*, mentre i due distinti tratti di moralità e calore convergono nella macro-dimensione di *communion* (Bertolotti, Catellani, Douglas, e Sutton, 2013; Catellani e Bertolotti, 2015).

La prima caratteristica che modera gli effetti dell'essere travolti dallo scandalo è il genere della persona coinvolta. Questa moderazione è dovuta al fatto che gli elettori tendono ad attribuire diverse qualità ai politici a seconda che siano uomini o donne (Sapiro, 1981, Alexander e Andresen, 1993; Eagly e Karau, 2002). Le donne leader sono viste come più compassionevoli e oneste (cioè caratterizzate prevalentemente da tratti di *communion*), mentre gli uomini sono considerati

caratterialmente più forti e assertivi (ossia caratterizzati prevalentemente da tratti *agentic*, Dolan, 2010; Sapiro, 1981, Alexander e Andresen, 1993; Eagly e Karau, 2002). Il principio guida di queste percezioni risiede nei più generali stereotipi di genere che attribuiscono alle donne abilità di relazione, cura e accoglienza, e agli uomini assertività e affermazione di sé. Alla luce di queste considerazioni, alcune ricerche sperimentali hanno incluso la manipolazione, mediante l'uso di scenari fittizi, del genere del finto politico coinvolto in uno scandalo. I risultati mostrano indizi del fatto che le donne in politica sono punite meno severamente degli uomini qualora implicate in uno scandalo (Brenton, 2011; Capelos e Huddy, 2002; Carlson, et al., 2000; Maule e Goidel, 2003; Smith, et al., 2005; Stewart, Rose, Rosales, Rudney, Lehner, Miltich, Snyder, e Sadecki, 2013). In particolare, da questi studi emerge che un politico di sesso maschile coinvolto in uno scandalo di tangenti è giudicato meno onesto, ma non meno competente e efficace, di una collega donna coinvolta nel medesimo scandalo (Capelos e Huddy, 2002). Anche nel caso di uno scandalo sessuale (infedeltà coniugale), un rappresentante di sesso maschile ha ricevuto una valutazione generale significativamente più negativa di quella di una rappresentante donna (Stewart et al., 2013). I politici uomini paiono poi essere maggiormente puniti anche a livello di sostegno elettorale rispetto alle colleghe donne, indipendentemente dal tipo di scandalo (sessuale, finanziario o per abuso di potere) in cui siano coinvolti (Brenton, 2011). Inoltre, il grado di accettazione degli stereotipi di genere da parte delle persone influenza il loro supporto per le dimissioni del politico trasgressore. Dalla ricerca di Maule e Goidel (2003) è emerso che i partecipanti meno propensi ad aderire agli stereotipi di genere risultavano più disposti a perdonare l'infedeltà coniugale di un politico, indipendentemente dal suo genere; mentre le persone che esprimevano maggiormente gli stereotipi di genere risultavano più severe con un uomo che con una donna, propendendo maggiormente a richiedere le dimissioni del primo rispetto alla seconda. L'interpretazione data dagli autori a questo risultato prevede che, nel caso di un politico femminile, una trasgressione lieve dello stereotipo di genere (come un singolo episodio di adulterio) possa essere facilmente ignorata proprio perché non in linea con lo stereotipo. Nel caso invece di uno scandalo dovuto alla scoperta

che il politico fa uso di stupefacenti, l'effetto risultava invertito: le persone più orientate dagli stereotipi di genere erano anche più propense a richiedere le dimissioni quando il politico era una donna rispetto ad un uomo. Conferme del fatto che il genere di un candidato possa influenzare diversamente la valutazione delle persone a seconda del tipo di scandalo, giungono anche da un esperimento dal quale è emerso che, nel caso di uno scandalo sessuale, un politico donna riceveva una valutazione di moralità (indice formato dalla valutazione dei tratti di: credibilità, onestà, moralità, fiducia, corruttibilità) significativamente più positiva rispetto ad un politico uomo, questa differenza nel giudicare un politico uomo o donna non emergeva invece nel caso di coinvolgimento in uno scandalo di natura finanziaria (appropriazione indebita). La valutazione della competenza non risultava invece influenzata né dal genere né dal tipo di scandalo (Carlson et al., 2000). Anche in questo caso la spiegazione offerta dagli autori fa riferimento all'influenza esercitata dagli stereotipi di genere. Poiché lo stereotipo femminile prevede che le donne leader siano più oneste e affidabili dei colleghi uomini, di fronte ad uno scandalo sessuale che coinvolga una donna in politica le persone potrebbero essere più propense a ignorare l'informazione o a riconoscere attenuanti nelle circostanze, mentre quando si tratta di giudicare un politico uomo l'evidenza dello scandalo potrebbe rafforzare l'attribuzione disposizionale stereotipica. Infine, Smith e colleghi (2005) hanno manipolato il genere di un candidato e il tipo di scandalo in cui era coinvolto, somministrando ai partecipanti diverse versioni di un articolo (fittizio) di giornale in cui si dava notizia di un politico incappato in una tra quattro trasgressioni: due stereotipicamente maschili (corruzione e infedeltà coniugale con un collaboratore) e due stereotipicamente femminili (assunzione di una domestica clandestina e infedeltà coniugale con un superiore). Le analisi hanno rivelato un effetto di interazione tra il genere del protagonista e la stereotipicità di genere degli scenari. Contrariamente a quanto atteso dai ricercatori, i partecipanti erano più tolleranti con un politico che incappava in una trasgressione contro-stereotipica (cioè stereotipicamente maschile per le donne e stereotipicamente femminile per gli uomini). Si conferma dunque che l'informazione contro-stereotipica tende ad essere ignorata dagli elettori, mentre quella stereotipica, confermando

le aspettative, è più in grado di influenzare i giudizi. Ad esempio, poiché lo stereotipo di genere femminile è fortemente connotato in termini morali, una donna accusata di corruzione sarà meno penalizzata rispetto ad un politico di sesso maschile accusato del medesimo comportamento (Maule e Goidel, 2003; Smith et al., 2005; Stewart et al., 2013). Dato che le informazioni negative che riguardano la moralità assumono una forte salienza e diagnosticità (*negativity effect*), e un evento scandaloso, per sua stessa natura, mina direttamente la moralità del politico coinvolto, è plausibile che i politici uomini siano maggiormente penalizzati nei giudizi delle persone (Bertolotti, Catellani, Douglas, e Sutton, 2013; Brambilla, Rusconi, Sacchi, e Cherubini, 2011).

Questi risultati, nel complesso, suggeriscono che le persone di fronte ad una trasgressione di un politico tendono ad essere più indulgenti con un politico donna rispetto ad un collega uomo. In questo le aspettative orientate dagli stereotipi di genere sembrano giocare un forte ruolo, ma le interpretazioni date dagli autori che hanno studiato questi effetti sono rimaste in gran parte sul piano speculativo. Non è chiaro se tale indulgenza sia dovuta alla negligenza delle informazioni contro-stereotipiche o ad una attribuzione esterna dei comportamenti contro-stereotipici, o ancora al fatto che oggi le donne in politica sembrano giudicate più positivamente dei loro colleghi maschi (es. Cavazza e Guidetti, 2014; Cavazza, 2016) e questa valutazione positiva potrebbe esercitare una funzione protettiva rispetto ad un incidente reputazionale.

Trasversalmente al genere, il modo in cui l'audience percepisce un politico che poi si trovi travolto da uno scandalo modera l'impatto di quest'ultimo. Come abbiamo visto sopra, rispetto alla percezione sociale, la percezione dei politici è particolarmente centrata sui tratti che li qualificano per il loro ruolo: competenza, expertise, efficienza (leadership) e integrità morale, mentre sembrano meno centrali le qualità interpersonali (calore). La percezione di competenza e la moralità del politico sembrano essere fattori protettivi rispetto agli effetti di un eventuale scandalo. Funk (1996) ha combinato in modo ortogonale i tratti di competenza (includendo fra questi anche l'integrità morale) e calore del politico in un disegno sperimentale in cui un candidato travolto in uno scandalo viene descritto come molto competente e poco caloroso oppure poco competente e molto caloroso.

Nello stesso esperimento viene manipolato anche il tipo di trasgressione (evasione di tasse vs. infedeltà coniugale vs. condizione di controllo senza scandalo) in cui il protagonista era coinvolto. Dalle analisi è emerso che il deputato descritto come molto competente e moralmente integro ma poco caloroso subiva meno danni dall'essere travolto dallo scandalo rispetto a quando lo stesso protagonista era descritto come poco competente ma molto caloroso, indipendentemente dal tipo di scandalo in cui era coinvolto. Questi risultati sono in linea con l'importanza che l'aspetto della moralità assume nella percezione sociale più generale (Brambilla e Leach, 2014; Ellemers, Pagliaro, e Barreto, 2013) e confermano anche la lettura che è stata fornita, come abbiamo visto sopra, della vicenda Clinton-Lewinsky. Infatti, una delle spiegazioni della sopravvivenza del Presidente allo scandalo si basava proprio sulla salienza dei suoi risultati di governo e sulla positività dei suoi tratti di leadership e competenza pregressa (Lawrence e Bennett, 2001; Miller, 1999; Owen, 2000; Pillai, et al., 2004; Thompson, 2000; Woessner, 2005; Zaller, 1998).

Inoltre, dallo studio di Funk emergono prove a sostegno del fatto che la percezione di competenza e moralità di un leader attenua l'impatto di uno scandalo politico in particolare tra gli elettori politicamente più esperti. Per questi partecipanti, infatti, la valutazione del politico in condizione di forte competenza non risultava influenzata dalle informazioni inerenti la sua infedeltà coniugale. Mentre questo «sconto» non avveniva nella condizione di forte calore. Al contrario, per i partecipanti politicamente poco informati, i politici implicati in uno scandalo sessuale erano quelli che ricevevano le valutazioni più negative, indipendentemente dalle loro qualità.

2.3 Caratteristiche dell'audience

Secondo quanto emerso dallo studio di Funk (1996) appena illustrato, le persone politicamente più esperte e informate potrebbero dunque possedere degli strumenti che influenzano l'ampiezza dell'impatto di uno scandalo politico. I già citati studi di Bless e colleghi (Bless, et al., 2000; Schwarz e Bless, 1992) mostrano anche che l'*expertise* politica degli elettori attenua i bias di assimilazione e contrasto politico/categoria causati dagli scandali e responsabili della propagazione dei suoi effetti al di là della reputazione del protagonista.

Tuttavia il livello di *expertise* non coincide sempre con la quantità di informazioni relative all'evento scandaloso. In questo caso, Regner e Floch (2005) hanno mostrato che gli effetti di assimilazione e contrasto sul giudizio dei partecipanti nei confronti del target (categoria dei politici o altro attore politico) risultavano amplificati nella condizione di maggiori informazioni specifiche allo scandalo rispetto a quella in cui i partecipanti avevano poche informazioni.

Ci sono poi indizi del fatto che le donne siano più severe degli uomini nel giudicare un politico trasgressore, indipendentemente dall'ambito dello scandalo (sessuale, finanziario, abuso di droghe) in cui questo è implicato (Maule et al., 2003; Smith et al., 2005). L'interazione tra il genere dei partecipanti e il genere del politico protagonista dello scandalo invece è risultata significativa in un solo studio (Stewart et al., 2013). Da questa ricerca è emerso che i partecipanti di sesso maschile assegnavano ad un politico donna, coinvolta in uno scandalo di infedeltà coniugale, una valutazione generale più negativa rispetto alle partecipanti femminili. Nel caso di un politico uomo non emergevano invece differenze di giudizio tra i partecipanti maschili e femminili. Tuttavia, dato che questi risultati non sono stati confermati in altre ricerche, potrebbero dipendere, almeno in parte, anche dalla diversa adesione agli stereotipi di genere in base ai quali uomini e donne formulano le loro valutazioni (Maule et al., 2003). Infatti, orientamenti individuali come il sessismo o l'adesione ad un'ideologia conservatrice potrebbero esercitare un'ulteriore influenza sulla valutazione che uomini e donne danno del protagonista di uno scandalo. Nel quadro della teoria dei fondamenti morali è stato mostrato che progressisti e conservatori danno un peso diverso ai cinque fondamenti morali citati sopra (Graham, Nosek, Haidt, Iyer, Koleva e Ditto, 2011). In particolare, i progressisti (vs. conservatori) prestano maggiore attenzione ai due aspetti morali che riguardano il prendersi cura e la giustizia, mentre i conservatori sembrano ritenere ugualmente rilevanti tutti i 5 fondamenti morali, attribuendo dunque più importanza rispetto ai progressisti agli altri tre fondamenti (Lealtà vs. Tradimento; Autorità vs. Sovversione; Santità vs. Degradazione). Per questo motivo è plausibile che progressisti e conservatori siano similmente sdegnati da uno scandalo di natura finanziaria, in quanto contravviene al fondamento relativo alla equità e giustizia sociale, rilevante per tutti, mentre

i conservatori siano più severi di fronte ad uno scandalo sessuale che riguarda un fondamento (purezza/santità) rilevante soprattutto per quell'elettorato.

Come ricordato nel paragrafo sull'entità degli esiti di uno scandalo, il giudizio pregresso sul politico modera l'impatto degli scandali che riguardano politici percepiti come più o meno vicini a sé. Infatti, occorre considerare che gli elettori spesso possiedono già delle valutazioni (basate su credenze ed emozioni) nei confronti di un leader e tenderanno quindi ad elaborare selettivamente le nuove informazioni in modo da poter giungere a conclusioni congruenti con queste. In uno studio longitudinale di panel, realizzato attraverso due rilevazioni effettuate pochi mesi prima e tre giorni dopo lo scoppio del *Sexgate*, Fischle (2000) ha potuto rilevare le opinioni e gli atteggiamenti di un campione di americani nei confronti del Presidente Clinton. L'autore ha voluto verificare se l'influenza di varie considerazioni circa lo scandalo (come la credibilità e l'importanza delle accuse) sulla reazione generale ad esso (sostegno o meno della necessità di dimissioni del Presidente) era moderata dalle precedenti valutazioni su Clinton. Effettivamente, la relazione tra l'importanza assegnata allo scandalo e il supporto per le dimissioni di Clinton risultava moderata dal precedente giudizio sul Presidente: i detrattori di Clinton esprimevano un sostegno alla richiesta di dimissioni correlato positivamente con l'importanza che assegnavano allo scandalo. La stessa relazione risultava attenuata fra i sostenitori. L'interpretazione fa riferimento al fatto che coloro che, già prima della vicenda Lewinsky, apprezzavano il Presidente, si trovavano nella necessità di evitare la dissonanza cognitiva che avrebbe comportato sostenere le sue dimissioni, anche se certi della sua relazione con la Lewinsky, e lo facevano semplicemente sminuendo l'importanza dello scandalo.

Sulla stessa linea, era già stato mostrato che, all'epoca del *Watergate*, coloro che avevano votato per Nixon alle precedenti elezioni erano meno propensi a credere al coinvolgimento del Presidente nell'affare *Watergate* rispetto a coloro che non lo avevano votato, ma soprattutto più portati a sminuirne l'importanza rispetto agli oppositori (Garrett e Wallace, 1976). Anche questi risultati, come già abbiamo visto a proposito delle differenze prodotte da scandali di uomini o donne, sono stati interpretati alla luce del bisogno di consistenza cognitiva: le persone tendono a

rifiutare nuove informazioni incongruenti con quelle già possedute o a distorcerle in modo da preservare la propria posizione e la coerenza del proprio sistema di credenze. Così i sostenitori di un politico che cada in uno scandalo, per evitare la dissonanza cognitiva, finiscono per sminuire l'importanza dell'accaduto (Fischle, 2000).

3. Riparare i danni dello scandalo: le strategie comunicative

La personalizzazione e la cosiddetta spettacolarizzazione della politica facilitano enormemente la diffusione degli scandali e la focalizzazione dell'attenzione del pubblico su di essi, poiché, ora più che mai, il candidato è al centro della comunicazione e rappresenta il «prodotto da vendere» agli elettori. Per gli attori politici, e per le istituzioni che rappresentano, è quindi fondamentale gestire la propria reputazione, preservando quel credito morale che essi tentano di guadagnare presso la comunità attraverso la manifestazione di comportamenti positivi (Cavazza, Pagliaro, e Guidetti, 2014; Cavazza, Guidetti e Pagliaro, 2015). La gestione della reputazione diventa un piano insito in tutta la comunicazione politica e acquista ulteriore salienza nel caso di attacchi o scandali. Da questo punto di vista, gli obiettivi principali del discorso politico sono tre: (a) proporre un'immagine positiva di sé stessi e/o della propria parte politica, (b) attaccare gli avversari politici e (c) difendersi dagli attacchi degli oppositori (Benoit, Blaney e Pier, 2000). Per i protagonisti di uno scandalo, lo scopo comunicativo principale sarà dunque quello di evitare di «perdere la faccia» (Catellani, 2011) o, detto in altri termini, di limitare i danni reputazionali.

Le strategie a disposizione sono diverse. La loro analisi e descrizione è stata affrontata soprattutto dagli studiosi della comunicazione che hanno individuato le reazioni in termini di comunicazione pubblica a disposizione di organizzazioni e individui che devono affrontare crisi reputazionali. Le tipologie proposte partono tutte dall'idea che gli attacchi nei confronti di organizzazioni o di individui comportino per l'accusato la gestione di due aspetti principali: la responsabilità per l'azione scandalosa e l'offesa all'audience (es. elettorato) provocata dall'azione scandalosa (Benoit 1997; Coombs, 1995, 2006, 2007; McGraw, 2001). Le strategie di riparazione, e

le varie tattiche che le declinano, puntano dunque ad influenzare, attraverso la comunicazione, la percezione soggettiva della responsabilità per l'evento scandaloso e dell'offesa che ne deriva nei confronti di una o più audience.

Un quadro riassuntivo delle diverse strategie di riparazione, con relativi esempi del loro utilizzo da parte di politici italiani, è presentato nella Tabella 1. La prima risposta descritta in tutte le tipologie è la *negazione*, il cui scopo principale è quello di respingere, o quantomeno ridurre, l'attribuzione di responsabilità per l'evento di cui l'individuo o l'organizzazione sono accusati (Benoit, 1997; Coombs, 1995, 2006, 2007; McGraw, 2001). Una seconda categoria di possibili risposte raggruppa tutte quelle tattiche che hanno come obiettivo *l'elusione* o la *minimizzazione della gravità della propria responsabilità* per l'evento (Benoit, 1997). Fanno parte di questa categoria, ad esempio, le *scusanti* attraverso le quali il protagonista cerca di indirizzare l'attribuzione di responsabilità verso l'esterno (Coombs, 2006; McGraw, 2001): il politico ammette la negatività dell'evento, ma nega di esserne l'unico o il totale responsabile. Il terzo insieme di risposte è costituito dalle tattiche che mirano alla *riduzione della percezione di offesa* nei confronti dell'audience (Benoit, 1997). Le *giustificazioni* sono un esempio: quando cioè un politico ammette di essere il responsabile dell'evento, ma ne contesta la negatività (Coombs, 2006; McGraw, 2001). A questo scopo, il politico si impegna in un'attività comunicativa di *reframing* dell'evento stesso in modo da ridurre la negatività percepita (McGraw, 2001). Fanno parte di questa categoria anche altre tattiche, quali il *rinforzo*, che consiste nel fare leva sui sentimenti positivi che l'audience provava per l'accusato ricordando quanto di buono egli ha fatto in passato, e il *superamento*, che mira alla riduzione degli aspetti negativi e dei danni provocati dal comportamento trasgressivo sottolineando i benefici che però tale azione ha portato (Benoit, 1997). Un'ulteriore categoria di strategie riabilitative della reputazione è costituita dalle *concessioni*: essa racchiude tutte quelle tattiche che mirano a ristabilire un'immagine positiva dell'accusato attraverso la piena accettazione della responsabilità dell'evento e delle sue conseguenze negative (McGraw, 2001). Fanno parte di questo tipo la *mortificazione*, vale a dire il chiedere perdono per la propria trasgressione (Benoit, 1997;

Coombs, 2006), *la messa in atto o la promessa di azioni correttive* per il futuro (Benoit, 1997), *l'offerta di ricompense* alle vittime (Benoit, 1997; Coombs, 2006) e *l'espressione di sentimenti di dispiacere e compassione* per il danno causato (Coombs, 2007). Infine, un'ultima strategia con cui l'attore politico accusato di aver trasgredito può rispondere è con *l'attacco degli accusatori* (Benoit, 1997; Coombs 1995, 2006, 2007).

INSERIRE QUI TABELLA 1

3.1 L'efficacia delle strategie di riparazione

Sono pochi gli studi che hanno tentato di confrontare empiricamente l'efficacia delle diverse strategie riabilitative della reputazione che abbiamo fin qui descritto. Sebbene, come precisato dagli autori di queste tipologie (Benoit, 1997; Coombs, 1995, 2006, 2007; McGraw, 2001), tali tattiche siano utilizzabili anche in risposta ad incidenti reputazionali che riguardano singoli individui, esse sono state valutate principalmente in ambito aziendale, quando cioè è un'organizzazione ad essere coinvolta in una crisi reputazionale. Poiché il fine della presente rassegna è quello di individuare i possibili esiti di uno scandalo politico e i fattori che possono influenzarne la direzione, abbiamo deciso di concentrarci sugli studi in grado di fornire indicazioni circa le condizioni di efficacia delle diverse strategie riabilitative applicate da un singolo individuo.

Benoit e Drew (1997) hanno testato, attraverso un esperimento, l'appropriatezza (rispetto all'offesa subita), e l'efficacia (nel ripristinare la «faccia dell'offensore») di quattordici diverse tattiche di ripristino della reputazione inquadrabili nelle categorie che abbiamo descritto sopra. Gli studiosi hanno chiesto a ciascuno dei 202 partecipanti di immaginarsi in una situazione di interazione con un ipotetico amico che metteva in atto un comportamento negativo inatteso potenzialmente lesivo della la sua reputazione (ad esempio si scordava di passare a prendere l'amico, oppure rovinava una giacca che questo gli aveva prestato). Ciascun partecipante doveva poi valutare appropriatezza ed efficacia risolutiva di tutte le quattordici tattiche proposte. Dai risultati è emerso che la *mortificazione* («Scusami, è colpa mia») e la messa in atto di *azioni*

correttive («Farò smacchiare la giacca e te la restituirò pulita») erano valutate dai partecipanti come significativamente più appropriate per sanare il torto subito e più efficaci nel «ripristinare la faccia» dell'amico offensore rispetto a tutte le altre tattiche. Tuttavia, nella realtà, è difficile che l'offensore scelga di utilizzare una sola strategia di riabilitazione. In scenari complessi, come quelli politici, è probabile che vengano messe in atto diverse strategie contemporaneamente. La loro efficacia ed appropriatezza potrebbe quindi variare di molto a seconda delle combinazioni di tattiche utilizzate.

Benoit e colleghi (Benoit, 2006; Benoit e Brinson, 1999; Benoit e Drew, 1997; Benoit, Gullifor e Panici, 1991; Len-Rios e Benoit, 2004) hanno descritto le strategie e tattiche utilizzate anche da alcuni politici nei discorsi pronunciati a seguito di eventi potenzialmente dannosi per la loro reputazione: le strategie utilizzate da Elisabetta d'Inghilterra a seguito dei *rumors* che accusavano la famiglia reale di essere coinvolta nella morte della Principessa Diana (Benoit e Brinson, 1999), quelle impiegate dal Presidente Bush nel 2004 a seguito del protrarsi della guerra in Iraq (Benoit, 2006), le tattiche del Presidente Reagan a seguito del caso Iran-Contra (Benoit, Gullifor e Panici, 1991) e quelle del deputato Condit a seguito della morte di una sua collaboratrice con cui egli aveva una relazione sessuale (Len-Rios e Benoit, 2004). Tuttavia, la loro reale efficacia è stata valutata dagli autori in modo molto indiretto, ossia attraverso i risultati di sondaggi in cui veniva misurato l'indice di gradimento dei personaggi in questione, oppure attraverso l'esito delle loro carriere (ad esempio il deputato Condit perse le primarie democratiche e dovette lasciare il congresso nel 2003). I risultati nel complesso mostrano che l'accettazione della propria responsabilità e la richiesta di perdono sono state le strategie che hanno limitato i danni nei casi considerati. La mortificazione da parte dell'accusato, secondo gli autori, è una tattica molto più efficace rispetto alla negazione dell'evento o alla negazione di responsabilità, perché è ciò che le persone si aspettano da parte di un leader che abbia compiuto azioni non corrette. E' tuttavia evidente che le considerazioni circa l'efficacia di talune strategie rispetto ad altre, basate su tale metodo, devono essere formulate con molta cautela, dato che oltre alle strategie di riparazione, molti altri fattori distinguevano i casi analizzati.

Gli studi sperimentali che hanno confrontato in modo controllato l'efficacia riabilitativa delle strategie comunicative enunciate sopra, nel caso di scandali riguardanti attori politici, sono pochi. Una eccezione è costituita dallo studio di Sheldon e Sallot (2008). Gli autori, assumendo il quadro teorico delle teorie del ripristino dell'immagine di Benoit (1997) e Coombs (1995, 2006, 2007), hanno chiesto ai partecipanti di leggere un presunto articolo di giornale che riportava un incidente reputazionale che ricalcava esattamente una gaffe realmente commessa qualche anno prima da un deputato degli Stati Uniti, attribuendola ad un politico fittizio. Hanno poi manipolato la strategia riabilitativa utilizzata dal protagonista, confrontandone tre: nella prima condizione egli chiedeva perdono per le proprie parole (*mortificazione*), nella seconda ricordava i numerosi provvedimenti e azioni da lui attuate in passato in favore dei diritti delle minoranze (*rinforzo*, cioè enfasi su azioni positive condotte in passato), nella terza prometteva di dimostrare al paese attraverso i fatti di essere un promotore dei diritti civili (*promessa di azioni correttive*). Inoltre, nello studio veniva manipolata la storia dei comportamenti precedenti (positivi o negativi) messi in atto dal finto politico. Diversamente da quanto atteso, gli autori non hanno trovato effetti di interazione tra la strategia difensiva scelta dal politico e la valenza positiva o negativa della sua storia passata, anzi quest'ultima non esercitava nemmeno una influenza indipendente sulla valutazione finale del protagonista. In linea con gli studi di Benoit e colleghi (Benoit, 2006; Benoit e Brinson, 1999; Benoit e Drew, 1997; Benoit, Gullifor e Panici, 1991; Len-Rios e Benoit, 2004) anche in questo esperimento emergeva che la richiesta di perdono influenzava positivamente la reputazione del protagonista più delle altre due strategie. Mentre la valutazione da parte dei partecipanti della competenza del politico non era influenzata dal tipo di strategia riabilitativa messa in atto.

Uno dei limiti dello studio di Benoit e Drew (1997), evidenziato dagli stessi autori, è quello di testare l'efficacia di una strategia per volta, mentre spesso nella realtà i politici utilizzano più tattiche in maniera combinata. In un esperimento recente, Johnson (2015) combina *mortificazione* e *promessa di azioni correttive* e le confronta con le tattiche della *negazione* e *attacco*

dell'accusatore. Il paradigma sperimentale prevedeva la costruzione di uno scenario fittizio, in cui un sindaco veniva accusato di avere una relazione sessuale con una sua collaboratrice. Nella condizione di controllo i partecipanti, studenti universitari, leggevano un articolo di giornale che dava notizia dello scandalo. In una condizione sperimentale l'articolo di giornale aggiungeva che il sindaco ammetteva la relazione, accettava la responsabilità del fatto per il quale si dichiarava profondamente dispiaciuto, e si scusava con i cittadini, i membri del consiglio comunale e la sua famiglia promettendo azioni correttive in futuro. In una seconda condizione sperimentale, il sindaco negava con forza di aver avuto questa relazione e, dichiarandosi profondamente arrabbiato per la vicenda, attaccava in maniera decisa i propri accusatori (i mass media). I risultati hanno mostrato che quest'ultima strategia sortiva il maggior effetto persuasivo. I partecipanti nella condizione *negazione e attacco degli accusatori* erano più propensi a considerare il sindaco una persona dallo spiccato senso etico e che si preoccupa per la propria famiglia, mentre erano meno inclini a giudicarlo in modo negativo rispetto ai partecipanti nell'altra condizione. La tattica della negazione e attacco provocava un effetto anche sull'intenzione di voto dei partecipanti e sulla richiesta di dimissioni. In questa condizione, gli studenti erano per il 21% più disposti a votare per il sindaco in futuro e per il 13% più propensi a rispondere no alla domanda se egli avrebbe dovuto dimettersi, rispetto ai partecipanti nell'altra condizione.

Questi risultati suggeriscono quindi che i maggiori effetti riparatori derivano da una smentita decisa, laddove sia possibile, in combinazione con l'attacco degli accusatori, piuttosto che dall'ammissione con offerta di scuse e promessa di azioni correttive. Sulla stessa linea, alcuni studi hanno mostrato che, se le persone sembrano apprezzare un politico che non reagisce in modo negativo ad un accusatore, tendono però a percepirlo come un leader più debole rispetto a chi invece contro-attacchi (Carraro, Castelli, Breazu, Campomizzi, Cerruto, Mariani, e Toto, 2012). Altri indizi coerenti con questi risultati arrivano da alcune ricerche, sia sperimentali sia osservazionali, che hanno evidenziato sia il fatto che effettivamente *negazione e attacco degli accusatori* vengono spesso utilizzati in combinazione dai politici (Basinger e Rottinghaus, 2012; Benoit e Brinson,

1999; Garcia, 2011; Johnson, 2015), sia l'efficacia dell'uso combinato di tali strategie nel persuadere l'opinione pubblica (Garcia, 2011).

Anche i segnali di comunicazione non verbale possono concorrere a facilitare il ripristino dei danni provocati dallo scandalo, per esempio l'espressione delle emozioni di rabbia o di tristezza. In particolare, nel caso di un leader accusato di uno scandalo sessuale, le persone si dimostravano più propense a sostenerlo e a non pretendere le sue dimissioni quando questi rilasciava una dichiarazione in cui ammetteva la relazione e la considerava sbagliata mostrandosi però arrabbiato per le accuse subite, rispetto a quando ammetteva la relazione e la considerava sbagliata ma si mostrava triste (Tiedens, 2001).

Al di là di queste strategie difensive dirette, altre pratiche comunicative più indirette potrebbero sortire effetti positivi di ripristino della reputazione. Un filone di studi psico-sociali ha focalizzato l'attenzione sugli effetti delle argomentazioni controfattuali avanzate dai politici per difendersi da attacchi centrati sui propri comportamenti e decisioni agli occhi dell'opinione pubblica. La difesa controfattuale consiste nel proporre ai riceventi scenari alternativi (migliori o peggiori) a un evento reale, con la forma delle proposizioni condizionali «se... allora» (Catellani, Bertolotti e Covelli, 2013, p.60). I risultati conseguiti da questi studi possono fornire indicazioni utili circa l'efficacia di tali tattiche comunicative anche in caso di scandalo, dato che per un politico difendersi da accuse per comportamenti scandalosi potrebbe non essere molto diverso dal difendersi per altri comportamenti. Catellani e Bertolotti (2014) hanno chiesto ai partecipanti di leggere un'intervista fittizia a un politico in cui un giornalista gli chiedeva di dare conto della pessima situazione economica del paese, accusandolo di non avere fatto abbastanza. La forma controfattuale dell'argomentazione (es. «Le cose sarebbe andate meglio, se l'opposizione avesse rivisto la sue posizioni ideologiche e fosse riuscita a controllare la sua ala estrema») risultava più convincente della forma diretta (es. «Va detto che l'opposizione non ha rivisto la sue posizioni ideologiche e non è riuscita a controllare la sua ala estrema »). In un secondo esperimento, gli autori hanno incluso una condizione in cui il politico accusato rispondeva con una concessione, in un'altra offriva scuse

e in un'altra ancora adduceva una giustificazione. Sulla base della tipologia di McGraw (2001), gli autori hanno operazionalizzato la strategia di concessione con un ragionamento controfattuale centrato su sé stesso («Se solo io..., il risultato sarebbe stato migliore»); l'offerta di scusanti con un ragionamento controfattuale centrato sugli altri («Se solo loro..., il risultato sarebbe stato migliore»); infine l'offerta di giustificazione con un ragionamento controfattuale centrato su sé stesso e con un confronto con un esito negativo («Se solo io..., il risultato sarebbe stato peggiore»). Le difese controfattuali di giustificazione e di scusa si rivelavano ugualmente efficaci, e più efficaci rispetto all'argomentazione controfattuale di concessione, nel ridurre la percezione di responsabilità del politico per l'accusa mossa dal giornalista fittizio e nel produrre una miglior valutazione dei suoi tratti di leadership. In particolare, nel caso di argomentazioni controfattuali di giustificazione, l'effetto risultava indipendente dall'orientamento politico dei partecipanti e del politico, emergeva cioè anche nel caso in cui il politico appartenesse allo schieramento opposto rispetto al rispondente. Infine, sempre nel caso di argomentazioni controfattuali «giustificazione», gli effetti di questa strategia erano mediati dalla riduzione della negatività percepita della sua performance. Il fatto cioè che il politico dipingesse la possibilità di esiti peggiori senza il suo intervento faceva sì che le persone percepissero come meno negativa la sua performance e, conseguentemente ritenessero il politico meno responsabile e lo valutassero più positivamente.

4. Conclusioni e prospettive future

Nel complesso la letteratura esaminata ha evidenziato come gli scandali politici possano influenzare atteggiamenti, giudizi e comportamenti degli elettori nel breve periodo che spesso risultano però attenuati nel lungo periodo. Da un punto di vista metodologico, la maggior parte degli studi esaminati ha utilizzato il metodo sperimentale basato sulla evocazione di scenari fittizi, mentre un numero minore di ricerche è stato condotto basandosi sul metodo correlazionale e in riferimento a personaggi ed eventi reali. Come abbiamo visto, i risultati ottenuti attraverso queste due metodologie possono a volte differire. L'esperimento, infatti, offre ai ricercatori i vantaggi di

controllare le variabili di interesse, tenendo costanti altri potenziali fattori di influenza, e di analizzare le relazioni di causa-effetto tra di esse, ma presenta anche dei limiti attinenti principalmente alla validità ecologica dei risultati così ottenuti. Ciò che resta da chiarire è se e quanto le persone ricordino i fatti scandalosi e quali caratteristiche di questi eventi si impongano alla memoria dell'opinione pubblica. La disposizione dei cittadini a ricordare selettivamente o a dimenticare le vicende scandalose potrebbe infatti fornire un'indicazione che sta a monte delle conseguenze comportamentali di uno scandalo politico. L'impatto di uno scandalo può inoltre avere effetti «alone», che vanno cioè al di là di quelli sull'attore direttamente coinvolto. In particolare, è emerso come la fiducia dei cittadini nei confronti dei partiti e della categoria dei politici possa essere intaccata dallo svelamento di scandali politici. L'attuale dibattito sull'emergere di una «questione morale» all'interno della politica italiana ha a che fare proprio con gli effetti «alone» degli scandali politici, potenzialmente dannosi non solo per il singolo politico, ma anche per il suo partito e per le istituzioni più in generale. Da questo punto di vista rimangono inesplorate le conseguenze dovute alle reazioni del partito di appartenenza del politico trasgressore. L'effetto «alone» potrebbe infatti variare di intensità qualora il partito prenda pubblicamente le distanze dal politico scandalizzato, oppure dichiararsi di continuare a sostenerlo. Tali reazioni potrebbero avere conseguenze dirette anche sulla reputazione del politico trasgressore. Abbiamo poi mostrato come l'impatto degli eventi scandalosi sia moderato da numerosi fattori riguardanti il politico coinvolto, l'audience o la natura dello scandalo. Infine, le strategie comunicative di ripristino della reputazione attuate dal politico rivestono un ruolo fondamentale nella definizione degli esiti di uno scandalo. Ed è proprio in quest'ambito, a nostro giudizio, che emergono aspetti che meritano di essere approfonditi con ulteriori ricerche.

La lacuna principale è costituita dalla scarsità di studi empirici che confrontino sistematicamente, nello specifico contesto politico, l'efficacia persuasiva delle diverse strategie di ripristino della reputazione a disposizione di un attore politico coinvolto in uno scandalo, in relazione al tipo di scandalo, e al livello di sofisticazione politica degli elettori ai quali sono rivolte.

Le ricerche disponibili, poi, non informano sugli effetti di lungo periodo dovuti all'utilizzo delle diverse strategie riabilitative. Inoltre, poiché la ricerca mostra come in Italia le caratteristiche di leadership di un politico siano tenute in conto più dall'elettorato di destra che da quello di sinistra (Barisione, Catellani e Garzia, 2013; Cavazza, Graziani, Serpe e Rubichi, 2010), resta da capire se uno scandalo che mini direttamente la leadership del politico abbia effetti diversificati tra gli elettori di destra e quelli di sinistra e quali siano in questo caso le strategie di ripristino più efficaci. Infine, rimane da verificare se, come suggerito dai risultati dello studio di Fischle (2000), per un leader che goda di alti tassi di popolarità, un'efficace strategia difensiva possa essere quella di riformulare i fatti di cui è accusato sminuendone l'importanza, anche nel caso in cui vi siano prove che documentino la sua trasgressione.

Una importante direzione di ricerca riguarda anche l'impatto residuo di uno scandalo politico che si riveli falso. L'attualità politica ci mostra come spesso presunti scandali si rivelino poi «montature», e da un punto di vista scientifico sono molti gli interrogativi stimolati da tali eventi. Sebbene diversi studi abbiano dimostrato come gli effetti dell'informazione negativa persistano anche qualora questa venga smentita, un solo studio ha indagato gli esiti della falsa informazione negativa in ambito politico (Nyhan e Reifler, 2015). Andrebbe allora chiarito se e in quali condizioni, l'informazione scandalosa poi smentita continui ad esercitare un impatto rispetto a quella confermata dalle indagini o dal protagonista e per quanto tempo. In questo caso si potrebbe poi ipotizzare che lo scandalo smentito comporti delle conseguenze anche per la fonte delle false accuse.

Nel complesso, da un punto di vista teorico, questi studi contribuirebbero alla comprensione delle articolate dinamiche che portano alla formulazione dei giudizi e ai comportamenti degli elettori, nonché alla disaffezione verso l'ambito politico. Inoltre, queste ricerche potrebbero contribuire a chiarire l'efficacia persuasiva generale delle strategie comunicative di ripristino della reputazione. Da un punto di vista applicativo, invece, queste indagini potrebbero fornire preziose indicazioni sia agli operatori della comunicazione politica, sia ai politici stessi, per la gestione della

propria immagine a seguito del pubblico svelamento di quelle frequenti vicende che chiamiamo scandali.

Riferimenti bibliografici

- Abelson, R. P., Kinder, D. R., Peters, M. D. (1982). Affective and semantic components in political person perception. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42(4), 619-630.
- Alexander, D., Andersen, K. (1993). Gender as a factor in the attribution of leadership traits. *Political Research Quarterly*, 46(3), 527-545.
- Banducci, S. A., Karp, J. A. (1994). Electoral consequences of scandal and reapportionment in the 1992 house elections. *American Politics Quarterly*, 22(1), 3-26.
- Barisione, M., Catellani, P. (2008). L'offerta personalizzata degli sfidanti. In ITANES (ed.), *Il ritorno di Berlusconi. Vincitori e vinti nelle elezioni del 2008* (pp. 137–148). Bologna: Il Mulino.
- Barisione, M., Catellani, P., Garzia, D. (2013). Alla ricerca di un leader. In ITANES (ed.), *Voto amaro. Disincanto e crisi economica nelle elezioni del 2013*. Bologna: Il Mulino, pp. 247-258.
- Basinger, S. J. (2013). Scandals and congressional elections in the post-Watergate era. *Political Research Quarterly*, 66(2), 385-398.
- Basinger, S. J., Rottinghaus, B. (2012). Skeletons in White House closets: A discussion of modern presidential scandals. *Political Science Quarterly*, 127(2), 213-239.
- Bennett, S. E. (2002). Another Lesson about Public Opinion during the Clinton-Lewinsky Scandal. *Presidential Studies Quarterly*, 32(2), 276-292.
- Benoit, W. L. (1997). Image repair discourse and crisis communication. *Public relations review*, 23(2), 177-186.
- Benoit, W. L. (2006). Image repair in President Bush's April 2004 news conference. *Public Relations Review*, 32(2), 137-143.

- Benoit, W. L., Blaney, J. R., Pier, P. M. (2000). Acclaiming, attacking, and defending: A functional analysis of US nominating convention keynote speeches. *Political Communication*, 17(1), 61-84.
- Benoit, W. L., Brinson, S. L. (1999). Queen Elizabeth's image repair discourse: Insensitive royal or compassionate queen?. *Public Relations Review*, 25(2), 145-156.
- Benoit, W. L., Drew, S. (1997). Appropriateness and effectiveness of image repair strategies. *Communication Reports*, 10(2), 153-163.
- Benoit, W. L., Gullifor, P., Panici, D. A. (1991). President Reagan's defensive discourse on the Iran-Contra affair. *Communication Studies*, 42(3), 272-294.
- Bertolotti, M., Catellani, P., Douglas, K. M., Sutton, R. M. (2013). The “Big Two” in political communication. *Social Psychology*, 44(2), 117-128.
- Bhatti, Y., Hansen, K. M., Olsen, A. L. (2013). Political hypocrisy: The effect of political scandals on candidate evaluations. *Acta Politica*, 48(4), 408-428.
- Bless, H., Igou, E. R., Schwarz, N., Wänke, M. (2000). Reducing context effects by adding context information: The direction and size of context effects in political judgment. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26(9), 1036-1045.
- Bowler, S., Karp, J. A. (2004). Politicians, scandals, and trust in government. *Political Behavior*, 26(3), 271-287.
- Brambilla, M., Leach, C. W. (2014). On the importance of being moral: The distinctive role of morality in social judgment. *Social Cognition*, 32(4), 397-408.
- Brambilla, M., Rusconi, P., Sacchi, S., Cherubini, P. (2011). Looking for honesty: The primary role of morality (vs. sociability and competence) in information gathering. *European Journal of Social Psychology*, 41(2), 135-143.
- Brenton, S. (2011). When the personal becomes political: Mitigating damage following scandals. *Current Research in Social Psychology*, 18(4), 1-13.

- Brown, L. M. (2006). Revisiting the Character of Congress: Scandals in the US House of Representatives, 1966-2002. *Journal of Political Marketing*, 5(1-2), 149-172.
- Bull, P.E. (2003). *The Microanalysis of political communication. Claptrap and ambiguity*. London, UK: Routledge.
- Caprara, G.V., Schwartz, S.H., Vecchione, M., Barbaranelli, C. (2008). The personalization of politics: Lessons from the Italian case. *European Psychologist*, 3, 157–172.
- Carlson, J., Ganiel, G., Hyde, M. S. (2000). Scandal and political candidate image. *Southeastern Political Review*, 28(4), 747-757.
- Carraro, L., Castelli, L., Breazu, I., Campomizzi, G., Cerruto, A., Mariani, M., Toto, I. (2012). Just ignore or counterattack? On the effects of different strategies for dealing with political attacks. *European Journal of Social Psychology*, 42, 789-797.
- Catellani, P., Bertolotti, M. (2014). The effects of counterfactual defences on social judgements. *European Journal of Social Psychology*, 44(1), 82-92.
- Catellani, P., Bertolotti, M. (2015). The perception of politicians' morality: Attacks and defences. In: J.P. Forgas, K. Fiedler, B. Crano (ed.), *Social psychology and politics*. New York: Psychology Press, pp. 112-128
- Catellani, P., Bertolotti, M., Covelli, V. (2013). Counterfactual communication in politics: Features and effects on voters. In I. Poggi, F. D'Errico, L. Vincze, A. Vinciarelli (ed.), *Multimodal communication in political speech. Shaping minds and social action*. Berlin, DE: Springer Verlag, pp. 75-85.
- Cavazza N. (2016). When political candidates “go positive”: The effects of flattering the rival in political communication, *Social Influence*, 11, 166-176.
- Cavazza N., Graziani A.R., Serpe A., Rubichi S. (2010). Right-wing face, left-wing faces: The matching effect in the realm of political persuasion. *Social Influence*, 5, 1-22.

- Cavazza N., Pagliaro, S., Guidetti, M. (2014). Antecedents of concern for personal reputation: The role of group entitativity and fear of social exclusion. *Basic and Applied Social Psychology*, 36, 365-376.
- Cavazza N., Guidetti M., Pagliaro S. (2015). Who cares for reputation? Individual differences and concern for reputation. *Current Psychology*, 34, 164-176.
- Cavazza, N., Guidetti, M. (2014). Swearing in political discourse: Why vulgarity works. *Journal of Language and Social Psychology*, 33, 537-547.
- Claeys, A. S., Cauberghe, V., Vyncke, P. (2010). Restoring reputations in times of crisis: An experimental study of the Situational Crisis Communication Theory and the moderating effects of locus of control. *Public Relations Review*, 36(3), 256-262.
- Coombs, W. T. (1995). Choosing the right words: The development of guidelines for the selection of the «appropriate» crisis response strategies. *Management Communication Quarterly*, 8(4), 447-476.
- Coombs, W.T. (1998). An analytic framework for crisis situations: Better responses from a better understanding of the situation. *Journal of Public Relations Research*, 10(3), 177-191.
- Coombs, W. T. (2006). The protective powers of crisis response strategies: Managing reputational assets during a crisis. *Journal of Promotion Management*, 12(3-4), 241-260.
- Coombs, W. T. (2007). Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory. *Corporate reputation review*, 10(3), 163-176.
- Coombs, W. T., Holladay, S. J. (1996). Communication and attributions in a crisis: An experimental study of crisis communication. *Journal of Public Relations Research*, 8(4), 279-295.
- Coombs, W. T., Holladay, S. J. (2002). Helping crisis managers protect reputational assets: Initial tests of the situational crisis communication theory. *Management Communication Quarterly*, 16(2), 165-18.

- Coombs, W. T., Holladay, S. J. (2004). Reasoned action in crisis communication: An attribution theory-based approach to crisis management. In D.P. Millar, R.L. Heath (ed.), *Responding to Crisis: A Rhetorical Approach to Crisis Communication*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 95-115.
- Dimock, M. A., Jacobson, G. C. (1995). Checks and choices: The House bank scandal's impact on voters in 1992. *The Journal of Politics*, 57(04), 1143-1159.
- Doherty, D., Dowling, C. M., Miller, M. G. (2011). Are financial or moral Scandals worse? It depends. *PS: Political Science, Politics*, 44(04), 749-757.
- Dolan, K. (2010). The impact of gender stereotyped evaluations on support for women candidates. *Political Behavior*, 32(1), 69-88.
- Eagly, A. H., Karau, S. J. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological review*, 109(3), 573.
- Ellemers, N., Pagliaro, S., Barreto, M. (2013). Morality and behavioural regulation in groups: A social identity approach. *European Review of Social Psychology*, 24(1), 160-193.
- Esser, F., Hartung, U. (2004). Nazis, pollution, and no sex. Political scandals as a reflection of political culture in Germany. *American Behavioral Scientist*, 47(8), 1040-1071.
- Farrell, D. M., McAllister, I., Studlar, D. T. (1998). Sex, money and politics: sleaze and the Conservative party in the 1997 election. *British Elections, Parties Yearbook*, 8(1), 80-94.
- Fischle, M. (2000). Mass response to the Lewinsky scandal: Motivated reasoning or Bayesian updating?. *Political Psychology*, 21(1), 135-159.
- Funk, C. L. (1996). The impact of scandal on candidate evaluations: An experimental test of the role of candidate traits. *Political Behavior*, 18(1), 1-24.
- García, C. (2011). Sex scandals: A cross-cultural analysis of image repair strategies in the cases of Bill Clinton and Silvio Berlusconi. *Public Relations Review*, 37(3), 292-296.

- Garrett, J. B., Wallace, B. (1976). Cognitive consistency, repression-sensitization, and level of moral judgment: Reactions of college students to the Watergate scandal. *The Journal of social psychology*, 98(1), 69-76.
- Graham, J., Haidt, J., Nosek, B. A. (2009). Liberals and conservatives rely on different sets of moral foundations. *Journal of personality and social psychology*, 96(5), 1029-1046.
- Graham, J., Nosek, B. A., Haidt, J., Iyer, R., Koleva, S., Ditto, P. H. (2011). Mapping the moral domain. *Journal of Personality and Social Psychology*, 101, 366-385.
- Haidt, J., Joseph, C. (2004). Intuitive ethics: How innately prepared intuitions generate culturally variable virtues. *Daedalus: Special Issue on Human Nature*, 133(4), 55–66.
- Huddy, L., Capelos, T. (2002). Gender stereotyping and candidate evaluation. In Ottati, V.C., Tindale, R.S., Edwards, J., Bryant, F.B., Health, L., O’Connell, D.C., Suarez-Balzacar, Y., Posavac, E.J. (ed.), *The social psychology of politics*. New York: Springer, pp. 29-53.
- Johnson, T. (2015). Deny and attack or concede and correct? Image repair and the politically scandalized. *Journal of Political Marketing*, Disponible online.
doi:10.1080/15377857.2015.1039745
- Joslyn, M. R. (2003). Framing the Lewinsky affair: Third-person judgments by scandal frame. *Political Psychology*, 24(4), 829-844.
- Just, M., Crigler, A. (2000). Leadership image-building: After Clinton and Watergate. *Political Psychology*, 21(1), 179-198.
- Kinder, D. R. (1981). Prejudice and politics: symbolic racism versus racial threats to the good life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 40(3), 414-431.
- Kiousis, S. (2003). Job approval and favorability: The impact of media attention to the Monica Lewinsky scandal on public opinion of President Bill Clinton. *Mass Communication and Society*, 6(4), 435-451.
- Lawrence, R. G., Bennett, W. L. (2001). Rethinking media politics and public opinion: Reactions to the Clinton-Lewinsky scandal. *Political Science Quarterly*, 116(3), 425-446.

- Len-Ríos, M. E., Benoit, W. L. (2004). Gary Condit's image repair strategies: Determined denial and differentiation. *Public Relations Review*, 30(1), 95-106.
- Maier, J. (2011). The impact of political scandals on political support: An experimental test of two theories. *International Political Science Review*, 32(3), 283-302.
- Maule, L. S., Goidel, R. K. (2003). Adultery, drugs, and sex: An experimental investigation of individual reactions to unethical behavior by public officials. *The Social Science Journal*, 40(1), 65-78.
- McDermott, M. L., Schwartz, D., Vallejo, S. (2015). Talking the talk but not walking the walk: Public reactions to hypocrisy in political scandal. *American Politics Research*, 46(6), 952-974.
- McGraw, K. M. (2001). Political accounts and attribution processes. In J. Kuklinski (ed.), *Citizens and politics: Perspectives from political psychology*. New York: Cambridge University Press, pp. 160-197.
- Miller, A. H. (1999). Sex, politics, and public opinion: What political scientists really learned from the Clinton-Lewinsky scandal. *PS: Political Science, Politics*, 32(04), 721-729.
- Miller, B. (2010). The effects of scandalous information on recall of policy-related information. *Political Psychology*, 31(6), 887-914.
- Nyhan, B. (2015). Scandal potential: How political context and news congestion affect the president's vulnerability to media scandal. *British Journal of Political Science*, 45(02), 435-466.
- Nyhan, B., Reifler, J. (2015). Displacing misinformation about events: An experimental test of causal corrections. *Journal of Experimental Political Science*, 2(01), 81-93.
- Owen, D. (2000). Popular politics and the Clinton/Lewinsky affair: The implications for leadership. *Political Psychology*, 21(1), 161-177.
- Peters, J. G., Welch, S. (1980). The effects of charges of corruption on voting behavior in congressional elections. *American Political Science Review*, 74(03), 697-708.

- Pillai, R., Stites-Doe, S., Brodowsky, G. (2004). Presidential scandal and leadership: A natural laboratory test of the resiliency of President Clinton's transformational leadership during the impeachment crisis. *Journal of Applied Social Psychology, 34*(6), 1109-1130.
- Praino, R., Stockemer, D., Moscardelli, V. G. (2013). The lingering effect of scandals in Congressional elections: Incumbents, challengers, and voters. *Social Science Quarterly, 94*(4), 1045-1061.
- Rahn, W., Aldrich, J.H., Borgida, E., Sullivan, J. L. (1990). A social-cognitive model of candidate appraisal. In Ferejohn, J., Kuklinski, J. (ed.), *Information and Democratic Process*. Urbana: University of Illinois Press, pp. 136–59.
- Regner, I., Floch, V. L. (2005). When political expertise moderates the impact of scandals on young adults' judgments of politicians. *European journal of social psychology, 35*(2), 255-261.
- Rosenberg, S., Sedlak, A., (1972). Structural representations of implicit personality theory. In Berkowitz L. (ed.), *Advances in Social Psychology*, vol. 6. New York: Academic Press, pp. 235-297.
- Rositi, F. (2010). Bugie senza vergogna. *Il Mulino, 59*(2), 308-316.
- Rubin, Z., (1973). *Liking and Loving: An Invitation to Social Psychology*. New York: Holt, Rhinehart and Winston.
- Sapiro, V. (1981). If US Senator Baker were a woman: An experimental study of candidate images. *Political Psychology, 3*(1/2), 61-83.
- Schwarz, N., Bless, H. (1992). Scandals and the public's trust in politicians: Assimilation and contrast effects. *Personality and Social Psychology Bulletin, 18*(5), 574-574.
- Sheldon, C. A., Sallot, L. M. (2008). Image repair in politics: Testing effects of communication strategy and performance history in a faux pas. *Journal of Public Relations Research, 21*(1), 25-50.

- Smith, E. S., Smith Powers, A., Suarez, G. A. (2005). If Bill Clinton were a woman: the effectiveness of male and female politicians' account strategies following alleged transgressions. *Political Psychology*, 26(1), 115-134.
- Smyth, D. J., Taylor, S. W. (2003). Presidential popularity: What matters most, macroeconomics or scandals?. *Applied Economics Letters*, 10(9), 585-588.
- Sonner, M. W., Wilcox, C. (1999). Forgiving and forgetting: Public support for Bill Clinton during the Lewinsky scandal. *PS: Political Science, Politics*, 32(03), 554-557.
- Stewart, D. D., Rose, R. P., Rosales, F. M., Rudney, P. D., Lehner, T. A., Miltich, G., Snyder, C., Sadecki, B. (2013). The value of outside support for male and female politicians involved in a political sex scandal. *The Journal of social psychology*, 153(3), 375-394.
- Thompson, J. B. (2000). *Political Scandal: Power and Visibility in the Media Age*. Cambridge: Polity.
- Tiedens, L. Z. (2001). Anger and advancement versus sadness and subjugation: the effect of negative emotion expressions on social status conferral. *Journal of personality and social psychology*, 80(1), 86-94.
- Ulbig, S. G., Miller, N. M. (2012). The Coingate effect: The impact of scandal on attitudes toward, state and federal political actors. *The Social Science Journal*, 49(1), 61-71.
- Vonnahme, B. M. (2014). Surviving scandal: An exploration of the immediate and lasting effects of scandal on candidate evaluation. *Social Science Quarterly*, 95(5), 1308-1321.
- Weiner, B. (1985). An attributional theory of achievement motivation and emotion. *Psychological Review*, 92(4), 548-573.
- Welch, S., Hibbing, J. R. (1997). The effects of charges of corruption on voting behavior in congressional elections, 1982–1990. *The Journal of Politics*, 59(01), 226-239.
- Woessner, M. C. (2005). Scandal, elites, and presidential popularity: Considering the importance of cues in public support of the president. *Presidential Studies Quarterly*, 35(1), 94-115.

Wojciszke, B., Klusek, B. (1996). Moral and competence-related traits in political perception. *Polish Psychological Bulletin*, 27(4), 319-324.

Zaller, J. R. (1998). Monica Lewinsky's contribution to political science. *PS: Political Science, Politics*, 31(02), 182-189.