

## Alla ricerca d'una teoria dell'opinione pubblica

GIOVANNI BUSINO

L'antinomia del sapere, o del pensiero razionale, coll'opinione<sup>1</sup>, rimonta agli albori della filosofia e costituisce certamente il problema centrale del pensiero greco classico. Infatti, già nel *Della natura* di Parmenide di Elea si parla di due dottrine: la dottrina della verità per la quale solo l'Essere è reale e vero, e la dottrina dell'opinione che attribuisce una certa realtà anche al non-Essere. Ma mentre i fondamenti dell'opinione si trovano nell'opinione stessa, quelli della verità sono invece soprattutto dati dall'analisi logica dei concetti puri. In altri termini, l'antinomia ragione-opinione sta qui già ad indicare che l'opinione è contraddittoria perché non ha certezza assoluta, mentre la vera conoscenza contiene in sé le garanzie della propria validità/verità, cioè la qualità di corrispondere alla realtà o quella di essere conforme alle regole logiche del pensiero.

Tutte le conoscenze e tutte le credenze sprovviste di validità/verità sono dunque delle opinioni? Per Platone esse si trovano in una zona intermedia tra l'ignoranza e la

conoscenza e ci sfuggono come le statue di Dedalo. Ma se si riesce ad afferrarle ed a legarle «con un ragionamento fondato sulla causalità» allora diventano conoscenze vere. Capita tuttavia a Platone, per esempio quando parla dei discorsi che l'anima fa a se stessa, di ridurre la scienza ad opinione e con ciò stesso d'abolire l'opposizione tra il sapere vero e il sapere non vero.

Questa confusione, o, se si vuole, questa indeterminazione, si ripercuote in tutte le posteriori tradizioni filosofiche. La tradizione trascendentale, pur nella varietà delle sue forme, mantiene la contrapposizione basilare tra conoscenza vera ed opinione, tra il pensiero razionale e l'opinione. Da Descartes e Leibniz sino a Kant vi si tenta, infatti, di definire le condizioni ultime della certezza, della conoscenza vera, dell'oggettività legittima. Lo stesso Kant oppone fortemente il *Wissen* al *Glauben* e connota quest'ultimo come conoscenza insufficientemente provata: «L'opinare è una credenza insufficiente, così soggettivamente come oggettivamente, a cui s'accompagna la

coscienza». Più tardi Hegel farà dell'opinione una sorta di referente, una sorta di cosa privata ed incommunicabile: «Un'opinione è una rappresentazione soggettiva, un pensiero casuale, un'immaginazione, che io mi formo in questa o quella maniera, e altri può avere in modo diverso: l'opinione è un pensiero mio, non già un pensiero in sé universale, che sia in sé e per sé».

La tradizione scettica, che dà un'interpretazione pragmatica del conoscere, andrà in una certa misura ad alimentare il positivismo, che, come si sa, contesta l'esistenza di giudizi sintetici a priori e fa della conoscenza un insieme di giudizi analitici regolanti al più l'uso del nostro linguaggio.

Gli sviluppi più recenti dell'epistemologia non escludono dalla scienza le opinioni purché siano all'origine di buone ipotesi o permettano d'elaborare valide costruzioni non-teoriche e persino le parti non formalizzate di certe costruzioni teoriche. In fondo, sia l'epistemologia generale sia le proliferanti epistemologie settoriali hanno abbandonato le condizioni del conoscere alla sociologia della conoscenza o alla filosofia, la quale ultima poi contesta che si possa fondare la verità sulla psicologia o sul relativismo antropologico. Se la verità dipendesse dalle strutture psicologiche e dalle attività dei soggetti, tutte le forme di conoscenza sarebbero allora vere e fondate.

Una tale controversia è probabilmente inestinguibile perché insolubile. Esistono condizioni necessarie e sufficienti della validità/verità, cioè d'un sapere indipendente dalle condizioni di tempo e di luogo? E l'opinione è da considerarsi sempre e comunque un sapere condizionato storicamente, socialmente e culturalmente?

L'idealismo trascendentale di Husserl è il tentativo più vigoroso operato nei nostri

tempi per sottrarre il pensiero vero allo scetticismo e al relativismo, onde dotarlo di tutte le condizioni di certezza. Husserl ha voluto radicare la gnoseologia su un terreno stabile, sottratto alle peripezie del contingente, allo scopo di dotarla di meccanismi grazie ai quali il pensiero possa affermare categoricamente la propria validità e perciò fondare la propria autogiustificazione. Per evidenziare i contenuti di certezza del pensiero, Husserl recupera e rivaluta la distinzione tra verità e sapere attendibile, tra ragione ed opinione, tra giudizio personale poco stabile e poco intenso e certezza immutabile e permanente. Il che gli permette di mostrare la fallacia dello psicologismo, che confonde il significato dei giudizi cogli atti di giudizio, le deduzioni coi dati psicologici, e quindi fonda la logica su sequenze psicologiche particolari. La certezza deriva, invece, dalle strutture necessarie del mondo che sono costituite come correlati d'atti intenzionali della coscienza trascendentale.

Le pretese husserliane d'una logica pura sono state criticate duramente da Jean Piaget, il quale tuttavia non è riuscito ad eliminare tutte le perplessità insite nel suo strutturalismo genetico. Il costruttivismo piagetiano non arriva a garantire la certezza, e perciò deve contrapporre oggettività e realismo, deve assolutizzare condizionamenti biologici e sociali e situazioni particolari.

L'aporia è risolvibile all'interno del quadro di riferimento razionalista? La ricerca e la scoperta d'invarianti universali potrebbero fornire un apporto pertinente almeno per circoscrivere le difficoltà e le incertezze? Da taluni è stato osservato che si tratta di pretese illusorie e velleitarie. L'assoluto epistemologico è irraggiungibile e la certezza ultima è incommensurabile. Le teorie

anarchiche della conoscenza di Paul K. Feyerabend portano, da questo punto di vista, un duro colpo sia alla nozione di verità sia a quella d'approssimazione alla verità. Ne consegue che persino le nozioni d'oggettività e di progresso delle conoscenze non possono più essere tematizzate né effettivamente spiegate, ma solo presupposte. Verità e certezza come valori, come finalità? Impossibilità radicale di superare l'antinomia tra il sapere e l'opinione?

Una risposta interlocutoria può essere quella di Leszek Kolakowski, per il quale la cultura umana non potrà mai raggiungere una sintesi perfetta delle sue differenziate – e incompatibili – componenti. La sua stessa ricchezza appare anzi alimentata proprio da questa incompatibilità dei suoi ingredienti: è il conflitto dei valori, e non la sua armonia, a mantenere viva la nostra cultura, la nostra condizione d'esseri storicamente determinati.

Se le opinioni sono attendibili ma apoditticamente incontrollabili, neanche i limiti tra la certezza psicologica e la certezza oggettiva sono tracciabili. Ma allora è proprio vero che in questo vasto mondo, per parafrasare Robert Musil, non vi sono più di una decina d'uomini che pensino la stessa cosa d'un oggetto così semplice come l'acqua? Il passaggio dall'opinione individuale, personale, all'opinione interindividuale, pubblica, è avvenuto senza intoppi e senza asprezze. Opinione pubblica come condensazione e cristallizzazione d'opinioni individuali? Si possono ritrovare le tappe di questa elaborazione nelle dottrine socratico-platoniche, sofiste e ciniche, riprese da Aristotele, il quale, com'è noto, fa dell'opinione popolare una virtù politica. Secondo Erodoto e Tucideide la legittimità dell'autorità è garantita dall'opinione

popolare, sostentamento e pericolo incombente ad un tempo, per Tito Livio e Cicerone, degli ordini costituiti. Con Virgilio l'opinione popolare diventa l'agente di trasmissione irresistibile delle notizie tra la gente; Machiavelli ne sottolinea la forza e la chiama la « pubblica voce e fama»; Hobbes e Temple fanno altrettanto e ne indicano le connessioni cogli atti di governo e con l'autorità politica. Espressione della società civile o della collettività dei governati? Ancora non viene precisato. Ma ormai «l'opinione è come la regina del mondo», dirà icasticamente Blaise Pascal.

L'area sociale d'apparizione del termine "opinione pubblica" in quanto meccanismo regolatore dei sistemi politici, è quella stessa in cui prosperano i primi regimi borghesi. Qui si manifesta con coerenza e continuità l'opinione pubblica; qui essa è visibile e qui s'accorda cogli imperativi liberali: il cittadino s'esprime facendo astrazione dalla sua situazione e condizione di classe, mentre i governanti dispongono d'un margine di manovra considerevole rispetto ai governati, di cui però possono tollerare le opinioni. Non a caso John Locke ha posta accanto alla legge divina e alla legge politica, la legge dell'opinione, la *law of opinions*, categoria dello stesso rango delle prime due, ma la sola a poter determinare le virtù ed i vizi. L'opinione pubblica esiste perché esiste una sfera pubblica che si contrappone ad una sfera privata. Categoria borghese, essa è dunque imprescindibile dall'esistenza di dibattiti aperti, dal concetto di pubblicità, di ciò che è pubblico, visibile all'interno d'un determinato ambiente sociale. Se la pubblicità è afferente a ciò che è pubblico e rende pubblico ciò che non lo è, si capisce subito perché la nozione d'opinione pubblica emerga come

critica della politica dei governi assolutisti e come contestazione di qualsiasi forma di dominio non legittimato. L'ordine assoluto, che aveva bisogno del segreto dei gabinetti, trova nella categoria borghese dell'opinione pubblica un critico potenzialmente eversore. E questa categoria si consolida e si specifica più nettamente in concomitanza allo sviluppo della pubblicità e della propaganda.

In cosa consista la pubblicità, cosa sia l'opinione pubblica, sono cose difficilmente determinabili. Imprecisioni, confusioni ed indeterminazioni si ripetono e si perpetuano sin dai tempi di John Locke. Il concetto d'opinione pubblica è utilizzato in tutti i settori delle scienze sociali e umane con denotazioni svariate e connotazioni estensive ed intensive disparate, periodicamente inventariate e criticate duramente. Specchietto per le allodole, sovente esso viene anche considerato l'ipostasi d'una attitudine psicologica contro cui s'è fatto valere che l'opinione pubblica non esiste, che si tratta d'una mistificazione per trarre in inganno circa il reale funzionamento dei sistemi di dominazione e per dare l'illusione d'una uguaglianza nell'espressione delle opinioni personali impossibile a realizzarsi in una struttura di classe. La verità è che non tutti possono avere un'opinione, che non tutte le opinioni possono equivalersi e che non può esistere un consenso sul modo di produzione dell'opinione. Vi sono opinioni di cui i governanti tengono conto perché organizzate, canalizzate, mobilitate, perché sostenute da personaggi autorevoli. Opinioni che costituiscono i parametri, forse non costitutivi, delle decisioni governative.

Opinioni individuali, riflessi d'apparati egemonici, emozioni, volontà, fatti da cui si deducono le opinioni, affermazioni vei-

colate dai mezzi di comunicazione di massa e d'informazione, comportamenti verbali? Una constatazione sembra fare l'unanimità: il fenomeno dell'opinione pubblica non è né unitario né autonomo, difficile da definire soprattutto a causa del fatto che «esso sta oggi a significare un insieme complesso di osservazioni, problemi pratici e riferimenti normativi». Non un oggetto puramente costruito, dunque, bensì un insieme di fenomeni la cui area sociale d'apparizione è nettamente fissabile, e rapportabile comunque alle istituzioni liberal-democratiche. I montanari Arapesh, i cannibali Mundugumur, i lacustri Chambuli, i Samoani, studiati da Margaret Mead<sup>2</sup>, testimoniano della primazia delle strutture istituzionali nell'elaborazione e nell'emergenza delle opinioni, e mostrano in vitro il modo di produzione di giudizi affini su cose ed oggetti, come una pluralità d'individui prenda coscienza di questa affinità, e attraverso quali vie possa poi esteriorizzarla. Tant'è che molti studiosi sostengono che l'opinione pubblica è prodotta da individui non appartenenti alla classe dirigente ma per i quali gli affari pubblici non sono né estranei né indifferenti, e che ciò avviene solo nei regimi parlamentari ed a suffragio individuale. Proprio perciò l'opinione pubblica, in questi regimi, sarebbe «un arbitro, un giudice... Il tribunale della coscienza di una Nazione». Lo studio dell'opinione pubblica nasce prima per captare le movenze di questi giudizi le cui pluralità si compongono in correnti, e poi per predire i risultati elettorali.

Lo studio dell'opinione pubblica è praticato negli Stati Uniti sin dal 1824 per predire i risultati delle elezioni presidenziali e si generalizzerà impetuosamente dopo la rielezione di Roosevelt, il 3 novembre 1936,

annunciata anticipatamente da George Gallup, Elmo Roper e Archibald Crossley. A partire da quest'epoca i sondaggi d'opinione pubblica avranno una specificità che gli studi di mercato, ai quali metodologicamente s'apparentano e dai quali storicamente discendono, non le avevano precedentemente consentito<sup>3</sup>.

La correlazione opinione pubblica-istituzioni rappresentative non deve però far ridurre la prima alla volontà popolare qual è espressa attraverso i meccanismi elettorali. L'opinione pubblica giudica, opina, stima; la volontà popolare decide, sceglie, investe di pieni poteri, delega. La prima accoppia senza contarle sensibilità e propensioni, la seconda invece aggiunge volontà e scelte. L'opinione pubblica è versatile, volubile, cangiante, mobilitabile in qualsiasi momento a proposito di questioni a pretese generali. La volontà popolare è di solito immutabile, poco sensibile ai cambiamenti repentini, gli occhi fissi su problemi precisi e su situazioni concrete. L'opinione pubblica è sentita, talvolta stimata o soppesata, mentre la volontà popolare è contata. Il sondaggio d'opinione, le inchieste d'opinioni rivelano approssimativamente l'ampiezza e la consistenza dell'opinione pubblica. Essi formattano la maniera secondo cui l'opinione sarà enunciata, incitano le persone interrogate a sintetizzare il loro punto di vista, a formularlo in conformità alle esigenze del dibattito politico. Attraverso questi processi di traduzione e di trasformazione, di denominazione e d'enunciazione, grazie ad un lavoro di rappresentazione, le opinioni individuali diventano opinioni pubbliche. Le tecniche elettorali fissano i limiti tra la maggioranza e la minoranza della volontà popolare e non si confondono coi meccanismi d'assimilazio-

ne e d'accomodamento propri ai processi di formattazione dell'opinione pubblica.

Non ad ambedue s'applicano il paradosso e l'effetto di Condorcet. Il primo indica che, nel caso di due opzioni fra cui scegliere, può avvenire che quella scelta a maggioranza non collimi colle preferenze manifestate dagli elettori. Il secondo rivela casi in cui, anche dopo aver analizzato tutte le preferenze individuali espresse, non sarà possibile esprimere la preferenza sociale, dire in altri termini qual è la volontà generale. Come eliminare il paradosso e neutralizzare l'effetto di Condorcet?

Kenneth Arrow, com'è noto, ha dimostrato che esiste una regola, la funzione di scelta sociale, la quale permette di passare dalle preferenze individuali alla determinazione della volontà generale, dai voleri individuali alle scelte sociali. Questa regola suscettibile di garantire la possibilità di determinare le scelte collettive, cioè la volontà generale, esige necessariamente: (1) che la funzione di scelta sociale non sia imposta anticipatamente, quali che siano le scelte individuali; (2) che non si segua la scelta d'uno solo misconoscendo le scelte degli altri; (3) che, se esiste già una scelta sociale, questa conservi sempre il proprio rango, oppure ottenga un rango più elevato se uno almeno degli elettori abbia fatto salire questa opzione nell'ordine delle sue preferenze; (4) che tutti gli elettori possano esprimersi su tutte le opzioni in gioco e che la condizione d'indipendenza rispetto all'esterno sia rispettata; (5) che tutte le preferenze degli elettori tra tutte le opzioni in gioco siano ammissibili.

In altri termini, Arrow dimostra che se s'interdice l'adozione di regole non-logiche per ottenere la preferenza sociale, quest'ultima è assolutamente indeterminabi-

le. Non esiste un mezzo assoluto per definire la volontà generale. Le tecniche elettorali sono palliativi, espedienti, risposte provvisorie a problemi insolubili. Senonché in quest'ambito esse permettono ciò che altrimenti sarebbe irrealizzabile: la scelta d'un candidato, d'un programma, d'una opzione. E vi riescono dividendo gli attori in due gruppi. Il gruppo numericamente maggioritario prevale ed impone le proprie volontà al gruppo minoritario. Quest'ultimo può successivamente diventare, a sua volta, maggioritario e far prevalere così la propria volontà su tutti gli altri. Ora l'applicazione di questa regola comporta un accordo, un consenso sui meccanismi di funzionamento della regola stessa, sui limiti e sulle costruzioni che essa esige. Il consenso sulla regola di produzione delle preferenze e delle scelte rende queste effettuabili e fungibili nel caso della volontà generale. Invece nel caso dell'opinione pubblica nessun consenso preliminare è indispensabile, la regola di Arrow non vi si applica. Perciò i sondaggi e le inchieste d'opinione pubblica non potranno mai sostituire le consultazioni elettorali. Danno indicazioni approssimative tra due consultazioni elettorali e producono effetti perversi (eliminano i corpi intermedi, marginalizzano gli intermediari tradizionali, fragilizzano differenti forme d'autorità e d'intermediazione).

Un'elezione determina un accordo implicito o esplicito, attivo o passivo, durevole o passeggero, generale o particolare su principi, valori, norme, ma soprattutto su certi obbiettivi della comunità e sui mezzi più appropriati per realizzarli. Senonché, data la varietà dei fenomeni rispetto ai quali può richiedersi e ottenersi consenso e soprattutto le graduazioni infinite nel-

l'espressione del consenso stesso, sembra evidente che non si potrà mai avere un consenso generale. Proprio per sopperire a questa carenza fondamentale sono stati messi a punto i sondaggi d'opinione. Essi permettono, infatti, di fornire delle indicazioni, degli orientamenti, per conoscere variazioni e mutamenti nell'adesione d'un gruppo o di parecchi gruppi alle norme ed ai valori vigenti, per avvertire la vicinanza o la lontananza di questi stessi gruppi dalle interpretazioni che le *élites* e le categorie dirigenti in generale danno delle norme e dei valori. Proprio per questo si può sondare l'opinione pubblica su qualsiasi cosa, sull'obiezione di coscienza e sulla riorganizzazione della Corte suprema americana e su questioni ancora più complesse di cui R.J. Simon ha fatto la cronistoria in *Public Opinion in America, 1936-1970*, uscito nel 1974, e Loïc Blondiaux la storia in *La fabrique de l'opinion. Une histoire sociale des sondages*, pubblicato nel 1998 (Paris, Le Seuil).

S'è detto che l'esistenza d'un consenso generale è inconcepibile, anche nelle società totalitarie, e che persino l'esistenza di valori largamente condivisi è oggi sempre più inverosimile<sup>4</sup>. S'è detto anche però che un minimo di consenso è indispensabile almeno per contenere o ridurre il ricorso alla violenza come unico mezzo per risolvere le controversie e gli scontri. Ciò è possibile grazie al potere e all'esercizio della costrizione. Il potere non è una cosa, è essenzialmente un rapporto di forze da cui un soggetto ricava più di quanto l'altro passa ottenere, un rapporto squilibrato. Un soggetto ne beneficia di più, ma l'altro non ne è totalmente sprovvisto. Il controllo dei margini di libertà di cui tutti i soggetti impegnati in una relazione sociale sono più o meno dotati, risulta dunque un

fatto più che rilevante per la realizzazione di strategie egemoniche. Col potere, coll'esercizio della costrizione è possibile catturare il consenso?

L'esercizio sistematico del potere per catturare il consenso è alla lunga impraticabile. Ma esiste un punto a partire dal quale l'esercizio della costrizione deve essere praticato per evitare la scomparsa della forma minimale di consenso senza la quale la determinazione stessa della volontà generale riesce impossibile? Se esiste, dove si situa questo punto? Un fatto sembra certo, in qualsiasi società tutti i membri non condividono gli stessi fini sulla maniera di vivere insieme. Nelle società tardocapitaliste, poi, non vi sono punti-fini, se non quello (peraltro non sempre rispettato) di permettere a tutti i fini d'esprimersi e nella misura del possibile di realizzarsi. Queste società vorrebbero, in fondo, costituirsi continuamente e perpetuamente attraverso il confronto di progetti divergenti. Cosicché il punto critico insormontabile è quello che metterebbe in pericolo di morte le regole di funzionamento per la produzione di tutti gli altri consensi.

Certi sociologi sostengono che questo consenso minimale è ottenuto colla minaccia e colla forza, in dispregio alle volontà individuali. Certo, questo consenso è una regola sociale, miscuglio di coercizione e d'accordo, d'imposizione e di legittimità, accordo di volontà implicante una costrizione. Altri aggiungono che più una società è stabile, più risulta difficile distinguere ciò che è imposto da ciò che è liberamente accettato. La socializzazione cancella le differenze e fa interiorizzare gli obblighi. Per cui nessuno è al riparo delle manipolazioni. Parlare di volontà popolare, d'opinione pubblica ignorando che esse dipendono

dalla socializzazione, che sono funzioni dei progetti d'egemonia d'una classe, d'un ceto o d'un gruppo di potere, significa dissimulare i veri problemi. Anziché parlare d'opinione pubblica, bisognerebbe allora stabilire perché la parte personale nella sua costituzione è tanto infima; bisognerebbe allora soppesare il ruolo rispettivo dei fattori personali e dei fattori esterni che s'impongono attraverso l'ambiente sociale; bisognerebbe rivelare i meccanismi che impongono l'interiorizzazione dell'*habitus*, come questo permetta d'assumere i diversi ruoli e di vivere all'interno d'uno status sociale<sup>5</sup>.

Questioni, in verità, importanti, ma non è certo che il loro chiarimento preliminare risolverebbe la complessa problematica inerente all'opinione pubblica. Che sia spontanea o provocata, emergente nei gruppi primari o secondari, discendente da strutture personali profonde, dall'affettività, dalla specificità dell'universo vissuto, dai processi di razionalizzazione; che sia alogica, non cosciente, pseudorazionale, verbale e via di seguito – resta sempre senza risposta la domanda: cosa c'è all'origine delle opinioni, quali sono la loro causa e i loro moventi, come sono possibili? S'è parlato di attitudini, cioè di predisposizioni generali, causa e condizione dei nostri giudizi e dell'assunzione e svolgimento dei nostri comportamenti. La psicanalisi, ma anche gli studi sulle motivazioni in generale, indicano appunto che le opinioni sono l'espressione di attitudini dissimulate.

Le scale di Thurstone, di Lickert, di Bogardus e d'altri, nonché l'analisi gerarchica e l'analisi della struttura latente, tentano, sulla base di dati raccolti con vari test, di scoprire l'esistenza delle attitudini, cioè d'una predisposizione generale che sareb-

be tra l'innato e l'acquisito, tra il cosciente e l'inconsciente, tra l'individuo e la società, e che permetterebbe di definire il contenuto dell'opinione, il grado d'adesione ch'essa suscita, e le risposte ch'essa è capace di stimolare e determinare.

Disgraziatamente i risultati cui tutte queste analisi sono approdate restano poco convincenti (teorie dell'apprendimento), ambigue ed imprecise (teorie della personalità), difficilmente chiaribili (teorie sulla consistenza e sull'equilibrio, sui significati emotivi e sulla dissonanza cognitiva). Va detto che, allo stato attuale delle conoscenze, ben poco si sa di solido e stabile sulla natura delle attitudini e soprattutto sul perché e sul come l'attitudine sarebbe causa o condizione della produzione dell'opinione. Variabile latente osservabile indirettamente attraverso i comportamenti verbali, o identificabile con il comportamento verbale stesso? Le risposte sono numerose e contraddittorie e si sgranano da Sigmund Freud e Vilfredo Pareto a Jean Piaget e Noam Chomsky. Ciò nonostante, s'è tentato di descrivere e di misurare le opinioni, di studiarle nella loro fase di formazione-percezione, nella fase di conoscenza, nella fase d'organizzazione e nella fase d'estrinsecazione, con tutti gli abusi e le incongruenze cui purtroppo questi studi hanno dato e danno luogo. Per lo studio delle opinioni, i principali strumenti utilizzati sono le inchieste d'opinione ed i sondaggi d'opinione.

Mentre i sondaggi s'applicano anche in settori diversi dallo studio delle opinioni e persino al di là degli ambiti coperti dalle scienze sociali, le inchieste d'opinione vertono esclusivamente sui fatti d'opinione. Col sondaggio si stima la proporzione d'una popolazione dotata d'un certo carattere

e si misura poi questa proporzione su una parte soltanto di tale popolazione chiamata campione, mentre coll'inchiesta si può anche prescindere dalle questioni di stima e di misura. Benché il sondaggio e l'inchiesta si confondano e si compenetrino reciprocamente sempre di più, è opportuno tuttavia tenerli distinti.

Viene chiamata inchiesta d'opinione l'insieme delle tecniche che permettono d'interrogare, per iscritto od oralmente, con colloqui semidiretti o con questionari standardizzati, o altrimenti ancora, una o più persone sull'argomento oggetto dell'inchiesta. Quando gli interrogatori sono effettuati secondo un piano preciso, mutuato peraltro dagli studi di mercato, si parla allora correntemente di sondaggi d'opinione.

Una constatazione va immediatamente fatta: la raccolta delle opinioni è resa possibile dalle tecniche utilizzate, queste ne condizionano quindi la nascita e l'espressione. C'è, dunque, sempre qualcuno che decide su che cosa bisogna interrogare l'opinione pubblica, su chi interrogare e su come interrogare. E questa decisione è sempre presa in funzione d'una questione pratico-politica da risolvere o da meglio conoscere. Siccome non è sempre utile conoscere l'opinione della gente alla spicciolata, col sondaggio d'opinione si cerca d'afferrare le opinioni individuali quali si transustanziano nelle interazioni d'un gruppo. Poiché risulterebbe difficile e costoso interrogare tutti i membri d'un gruppo preso in esame, bisogna limitarsi ad una parte soltanto di essi. Una parte però che deve riprodurre proporzionalmente il gruppo globale. La tecnica consiste nel formare un universo in riduzione, il campione, il quale, nei limiti dei margini d'errore

determinati, permetta di dedurre dall'opinione d'un numero limitato di gente, l'opinione dell'aggregato più vasto, cioè del gruppo reale. Com'è possibile dedurre con più o meno rigore l'opinione d'un universo reale da un suo campione limitato, seppure statisticamente elaborato?

L'opinione di duemila persone può rappresentare l'opinione di trenta milioni d'elettori, per esempio?

La teoria matematica dei sondaggi risponde così a questa domanda: se i duemila elettori interrogati sono stati scelti bene, è possibile stimare la probabilità che la loro opinione sia vicina a quella che sarebbe stata espressa se tutti gli elettori fossero stati interrogati nello stesso periodo di tempo in cui il sondaggio è stato operato. Occorre quindi scegliere il campione in maniera da rendere minima (non nulla, cioè uguale a zero) la probabilità d'uno scarto stimato sul campione e l'effettivo valore sconosciuto dell'universo reale.

Si consideri l'esempio usuale. Posta una domanda alla quale gli interrogati possono rispondere o con un sì o con un no, si supponga che  $p$  per cento degli interrogati risponda sì e  $q$  per cento no. Si cominci col interrogare la persona  $A$ . Essa risponderà o con un sì o con un no; la probabilità d'avere  $p$  per cento e  $q$  per cento sarà un numero compreso tra 0 e 1, cioè  $0 < \text{Prob} < 1$ . L'evento impossibile avrà la probabilità 0, mentre l'evento certo la probabilità 1. Se poi s'interroga una seconda persona  $B$ , si avrà una situazione uguale a quella di  $A$ . Totalizzando i risultati di  $A$  e di  $B$ , si avranno due risultati: due sì, o due no, o un sì e un no. È possibile continuare con  $C$ ,  $D$ ,  $E$ , ...,  $Z$ . Siccome le probabilità di risposta sono  $p$  per cento per sì e  $q$  per cento per no, si possono calcolare le probabilità d'avere

due, tre, quattro, ...,  $n$  sì, due, tre, quattro, ...,  $n$  no, ecc. Per calcolare la probabilità d'ottenere le diverse risposte, si utilizza la formula data dalla legge binomiale ( $q = 1 - p$ ;  $S = X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_n$ ;  $k \rightarrow b(k, n, p)$ ).

Tutte le risposte hanno un grado di probabilità. Nessuna ne resta esclusa. Senonché questi eventi hanno un debole grado di accadimento. Invece, più le risposte sono vicine alla proporzione reale  $p$  per cento, più la loro probabilità è grande. Se queste risposte vengono collocate su un piano, esse formano una sorta di curva simile a una campana. Più il numero di risposte è grande, più la curva costituita da queste risposte s'avvicina a quella ben nota di Gauss. La curva teorica di Gauss permette d'economizzare i lunghissimi calcoli di probabilità. In che modo? La curva di Gauss ha il vantaggio di poter essere definita da un solo parametro, il parametro  $S$ , in altri termini dalla scarto quadratico medio. Più  $S$  è piccolo, più la curva è appuntita, più il sondaggio è prossimo all'universo reale. L'ideale sarebbe che  $S$  fosse piccolissimo, ma la precisione della sua stima è proporzionale alla radice quadrata dell'effettivo osservato. Per diminuire della metà l'incertezza della stima, bisogna quadruplicare l'effettivo costituente il campione. Il che significa che c'è un rapporto tra  $S$  e la precisione del sondaggio. Quale? S'immagini che in un sondaggio in cui i sì rappresentino il 60 per cento,  $S$  sia 1 per cento. In questo caso esistono due probabilità su tre che la percentuale vera si trovi tra 59 e 61 per cento; 95 probabilità su 100 che sia compresa tra 58 e 62 per cento e 99 probabilità su 100 che si trovi tra 57 e 63 per cento. Nel caso in cui i sì rappresentassero il 51 per cento e il valore di  $S$  restasse sempre 1 per cento, si avrebbero due probabilità su tre che il risultato si situi tra 50

e 52 per cento; 95 probabilità su 100 che sia tra 49 e 53 per cento; e 99 probabilità su 100 che si trovi tra 48 e 54 per cento. Nel caso del sondaggio con 60 per cento di sì, i dubbi circa l'esito della consultazione sono vani. Nel secondo, invece, restano più che consistenti. Ora, per ottenere un risultato più probante, bisogna diminuire il valore di  $S$ . Nella prospettiva del sondaggio con 51 per cento di sì, se  $S$  venisse diminuito da 1 a 0,5 per cento, si avrebbero due probabilità su tre che il risultato si situi tra 50,5 e 51,5 per cento rispetto al 50 e 52 per cento precedenti; 95 probabilità su 100 che si situi tra 50 e 52 per cento rispetto al 49 e 53 per cento precedenti; 99 probabilità su 100 che si situi tra 47 e 53 per cento rispetto al 48 e 54 per cento precedenti. La sola maniera per diminuire il valore di  $S$  consiste nell'aumentare il numero delle persone componenti il campione. Tanto più il campione sarà grande tanto più  $S$  sarà piccolo. Per ridurre  $S$  dello 0,5 per cento bisogna moltiplicare per quattro il numero dei soggetti da interrogare, dato che lo stesso  $S$  è proporzionale alla radice quadrata del campione. Per un campione di 10 000 persone l'errore è di  $\pm 1$  per cento; di 2600 persone di  $\pm 2$  per cento; di 2500 persone di  $\pm 2,5$  per cento; di 400 persone di  $\pm 5$  per cento; per un campione di 100 persone con  $S$  a 5 per cento, non si avranno che 95 probabilità su 100 che i risultati siano prossimi alla realtà a  $\pm 10$  per cento.

Se tuttavia la riduzione di  $S$  può aversi solo accrescendo il campione, tale accrescimento è praticamente irrealizzabile dati i costi economici che esso comporta. Si pensi che per ottenere un valore di  $S$  corrispondente a 1 per cento bisognerebbe interrogare 2 500 persone; per portare lo stesso  $S$  a 0,5 per cento bisognerebbe inve-

ce interrogarne 10 000. Né si può aggirare questa difficoltà confrontando sondaggi simili, sincronici e consecutivi, condotti seconda condizioni tecniche assolutamente identiche, giacché si trova sempre un errore sulla differenza tra i due risultati che è di 1,4 (radice quadrata di 2) volte l'errore su ognuno dei sondaggi, e giacché non si sa ben misurare la variabilità delle opinioni che ognuno dei sondaggi ineluttabilmente registra in proprio.

La prima osservazione che si può fare è questa: anche quando il sondaggio s'effettua in condizioni tecniche precisissime, i suoi risultati presentano uno scarto rispetto ai limiti fissati dal modello teorico. Nelle scienze sociali, il calcolo dei limiti di questo scarto è molto problematico, per non dire difficilmente operabile. La seconda osservazione è questa: nelle scienze sociali la teoria che si trova alla base del sondaggio, e che ne fissa la legittimità, è una teoria mutilata o stravolta. Si prendano le regole sulla formazione del campione, tanto essenziali alla teoria dei sondaggi. Queste esigono che le persone costituenti il campione debbano essere scelte in maniera assolutamente aleatoria. Nei sondaggi praticati nelle scienze sociali, tale condizione non è mai rispettata. I sondaggi qui più praticati sono i sondaggi empirici, i quali sono totalmente sprovvisti di validità teorica. Perché? Perché essi non sono costituiti in maniera stocastica, ma a seconda d'una scelta ragionata. I sondaggi per quota appartengono a questa specie. Essi partono dall'ipotesi che le variabili di controllo siano distribuite statisticamente come le variabili da studiare. In altri termini, essi postulano l'esistenza d'una stretta correlazione tra le variabili di controllo (età, sesso, categorie socio-professionali,

abitato, regione, ecc.) ed il tipo di risposta data. Una tale ipotesi è praticamente incontrollabile, e perciò risulta impossibile valutare la variabilità della stima. In altri termini, in un caso simile la teoria è esautorata di tutte le sue funzioni. La situazione pratico-politica rende impossibile, nella maggior parte delle situazioni, procedere ad una determinazione strettamente aleatoria, casuale del campione. Il palliativo di simulare la scelta casuale, artificio mediante il quale i ricercatori si creano l'illusione di restare nell'ambito della teoria che consente l'elaborazione del sondaggio aleatorio, è inadeguato. La simulazione della scelta aleatoria non fa uscire dall'ambito del sondaggio empirico, anzi è una maniera macchinosa per restarvi. Teoricamente, infatti, non è possibile simulare una scelta casuale. Le tecniche di correzione, di rad-drizzamento non sanano le difficoltà.

I sondaggi psicosociologici sono tutti dei sondaggi empirici, sprovvisti d'armatura teorica. Del resto l'osservazione della pratica di questi sondaggi ne fornisce una riprova. Il campione rappresentativo è una riduzione ragionata dell'universo reale, riduzione ragionata fatta talvolta secondo regole matematiche che dovrebbero ridurre i rischi d'errore, ma che invece li cumulano e li dissimulano. Inoltre, il criterio della rappresentatività esige che si possano verificare le informazioni ottenute e che altri ricercatori possano controllarle. Quando il campione è retto dalla teoria aleatoria, il controllo è fattibile. Nel caso dei sondaggi sociali, ciò non si può mai verificare. Impossibile sostituire un elemento nella struttura del campione, difficile procedere a permutazioni e ad interscambi, senza modificare i rapporti tra le parti e l'insieme. La standardizzazione del questionario è lungi dal risolvere la

specificità e unicità di questa complessa problematica. La ragione è banale. Anche il questionario è sprovvisto d'una teoria. I tentativi di elaborarne una non sono andati al di là della formulazione d'una serie di consigli pratici: evitare le oscurità semantiche, le complessità sintattiche, la polisemia del vocabolario, l'ambiguità e la complessità delle domande; non fare domande al di fuori d'un quadro di riferimento noto all'intervistato; non ricorrere ai paragoni, ecc. Praticamente inesistenti i dubbi sul fatto se il questionario sia niente altro che una tecnica di costruzione dell'opinione e su cosa esso costruisce. Non si sa, per esempio, se le opinioni messe in luce siano niente altro che "una" reazione possibile al questionario, risposte alle domande poste. Si ignora se le opinioni esisterebbero nel caso che l'intervistatore e/o il questionario non le facesse nascere. Nel migliore dei casi, il questionario suscita l'opinione ponendo delle domande che in quel momento l'intervistato non si poneva, dato che la sua situazione personale non lo esigeva.

In altre parole, il questionario dà come esistente l'opinione alla stato grezzo, ne presuppone l'esistenza, impone una definizione della situazione all'interno della quale il soggetto deve situarsi. Introduce, in ogni modo, surrettiziamente, dei presupposti quanto all'esistenza dell'opinione su certi termini e su certe prospettive. In più, presuppone un grado d'intensità dell'opinione, comunque e dovunque. Ora, l'osservazione clinica e la pratica delle biografie storiche mostrano che le modalità d'espressione e di reazione variano non solo da una classe sociale all'altra, da una classe d'età all'altra, da una categoria socioprofessionale ad un'altra, ma anche da un individuo all'altro. Per certi soggetti le opinioni sono

nette e ben affermate, per altri incerte e vacillanti, caute e prudenti. Per altri soggetti riesce impossibile afferrare il senso d'una formulazione o riconoscersi nella risposta trascritta che enuncia tuttavia la loro opinione. Per molti l'espressione di un'opinione non ha valore se estratta dal contesto o liberata dalle modalità della sua produzione. Correnti sono le reazioni: «Se la domanda mi fosse stata posta altrimenti, avrei potuto rispondere...»; «In quella situazione m'è capitato di dire, ma in una situazione normale avrei aggiunto...»; «Ho risposto così, ma non credo in questi sondaggi...». Un'antropologia delle situazioni d'amministrazione del questionario mostrerebbe forse qual è la parte di responsabilità del questionario stesso nella costruzione delle opinioni. Un fatto per il momento sembra ben certo: cumulando certe possibilità si contribuisce a dotarle di probabilità d'esistenza; lasciando, al contrario, un membro dell'alternativa inespresso o semplicemente implicito, si neutralizzano le possibilità che esso potrebbe eventualmente rappresentare; non distinguendo l'opinione dall'informazione, postulando dunque che tutti sappiano perché già informati, si trasforma il fumo in arrosto.

Il limite invalicabile che caratterizza il questionario è dato e fissato da un elemento insopprimibile: chi fa le domande è allo stesso tempo chi decide quali sono le domande pertinenti ed a cosa esse debbano servire. Siccome poi le domande debbono adeguarsi all'oggetto e alla situazione dell'intervista, il ricercatore parte da un modello di riferimento che è il comportamento d'un individuo per così dire mutilato, se non reificato. Si tratta d'un individuo isolato in un dominio, in un settore, orientato verso un solo atto, preoccupato d'e-

sprimere una opinione su una questione che potrebbe essere per lui inattuale, irrealistica o semplicemente astratta. Il modello di riferimento del ricercatore è un individuo astratto (l'operaio, lo studente, il poliziotto, il terrorista), avulso dalle sue relazioni sociali, sottratto ai suoi desideri, alle sue influenze, alle sue costrizioni, ai suoi controlli, in breve alla sua vita quotidiana fatta sovente di piccole cose e raramente (o di tanto in tanto) delle cose che interessano i ricercatori, i sindacati, i partiti, la Chiesa, gli intellettuali o i governanti. Le interviste per un sondaggio non prendono mai in considerazione la particolarità della vita quotidiana degli intervistati: i dati raccolti fanno sempre astrazione dai contenuti della quotidianità e dalle modalità che li fanno nascere e che sovente non arrivano a trovare espressioni adeguate. La costruzione del questionario (preparazione, somministrazione, analisi dei risultati) è, insomma, nella situazione attuale, uno dei problemi più preoccupanti per uno studio veramente critico dell'opinione pubblica.

Un esempio chiarificherà meglio di qualsiasi discorso teorico l'intera problematica. È il celeberrimo sondaggio d'opinione sull'opportunità per gli Stati Uniti d'America d'entrare in guerra, effettuato prima del 7 dicembre 1941. Tre inchieste sullo stesso tema, effettuate in tempi diversi, con domande formulate diversamente, arrivano a conclusioni divergenti in maniera molto netta. Le risposte sono funzioni del tipo di domanda posta, del momento in cui sono state poste, o di svariati fattori irriducibili a questo tipo d'approccio?

Quello che si può dire è che nel settembre 1941 il 17 per cento soltanto del campione rappresentativo della popolazione americana ha risposto con un sì alla doman-

da: «Volete che gli Stati Uniti d'America entrino adesso in guerra?». Invece, al 51 per cento che ha approvato l'immediata entrata in guerra, la domanda posta era formulata così: «Se Roosevelt e i nostri esperti militari dichiarassero che l'Inghilterra sarebbe battuta se noi non entrassimo in guerra, allora voi sareste per l'entrata in guerra, sì o no?». Nel terzo sondaggio, la stessa domanda era formulata altrimenti: «C'è gente che dice che la Germania dichiarerà la guerra agli Stati Uniti d'America se noi continuiamo ad aiutare gli Inglesi. Credete che valga la pena di correre un tale rischio e continuare così ad aiutare l'Inghilterra?». Il 76 per cento degli intervistati rispose affermativamente alla domanda, che gli analisti interpretarono, ovviamente, nel senso che l'opinione pubblica americana era, nella stragrande maggioranza, in favore della guerra a fianco dei paesi democratici.

È possibile spiegare la differenza di reazioni sulla base della diversa formulazione delle domande? Nella prima domanda si parla esplicitamente di scendere in guerra; nella seconda del rapporto tra la situazione inglese e l'azione americana; nella terza dell'impegno americano verso l'Inghilterra e si fa intravedere che questo impegno comporta un rischio di guerra. Si tratta di domande assolutamente incomparabili, con risposte fra le quali non esiste nessun termine comune. La percentuale in cui ogni risposta è espressa non ha alcun significato, dal momento che essa appartiene a un contesto generale che il rapporto percentuale vanifica senza residui. L'esempio qui citato mostra altresì che, come è stato già accennato sopra, la presentazione d'una alternativa è un modo di costruire un'opinione, un'opinione per accrescere il consenso, progressivamente, per eliminazioni succes-

sive d'opinioni dissidenti. Le questioni successive presuppongono una unità indipendente dal discorso proposto dal questionario e suppongono che esista un'opinione e che questa sia anche costante nel tempo. Ora la variabilità dell'idoneità ad essere in situazione d'avere delle opinioni, e quindi a produrle, è considerevole. La si può ignorare? Infine, si dà per scontata una soluzione di non-continuità tra l'opinione e l'atto.

Senza affermare che le rotture in materia sono correnti, non bisogna però scartare l'ipotesi che il passaggio all'atto si differenzi poi da un gruppo sociale all'altro, da una situazione socio-storica a un'altra. Con ciò si pongono in dubbio i fondamenti stessi dell'analisi gerarchica che privilegia l'implicazione di tutte le pratiche ed estrapola da queste le opinioni e talvolta le opinioni dalle pratiche. Dubbio fondato. Non tutte le opinioni espresse hanno infatti lo stesso valore. E non hanno lo stesso valore per svariate ragioni: perché le domande non sempre possono essere formulate in maniera che tutti le capiscano univocamente; perché il questionario non arriva a tenere conto dell'elocuzione ineguale dell'interrogato, delle sue facoltà d'esprimersi, e d'esprimersi a richiesta; perché nessuna domanda è totalmente adiafora; perché raramente il soggetto comprende l'articolazione delle domande rispetto alla finalità dell'inchiesta, cosicché le risposte possono avere come referente una prospettiva diversa e quindi significanze apparentemente senza collegamento; perché l'influenza soggettiva e talvolta incosciente del ricercatore, è incancellabile; perché non si tiene sufficientemente conto del fatto che nessuna risposta è producibile al di fuori d'una situazione, che questa resta la struttura portante della risposta. Allorché

questa è percentualizzata, tale struttura portante è espulsa.

Parlare di opinioni facendo astrazione della funzione seminale del questionario, non è dunque corretto. Non c'è operazione, all'interno del questionario, che non riveli la sua partecipazione attiva al modo di produzione forzato dell'opinione. Ancora un esempio, per concludere su questo punto. Il questionario ha, in generale, due tipi di domande: le domande aperte e le domande chiuse. Alle domande chiuse si deve rispondere scegliendo la propria risposta tra le risposte fornite dal questionario. Alle domande aperte si risponde in funzione della propria facoltà d'esprimersi e di rendere conto di motivazioni, di esperienze, d'avvisi, ecc. Qual è la ragione che fa scegliere al ricercatore il tipo di domanda (aperta o chiusa)? L'osservazione della pratica sociologica mostra che si scelgono le domande chiuse quando si può agevolmente prevedere la gamma di risposte reazioni possibili e le si vuole ripartire in una serie di percentuali. Queste risposte chiuse hanno altresì la preferenza dei ricercatori, perché non pongono nessun problema di trattamento. Sovente sono precodificate, si possono quindi contare senz'altro e sfruttare in conseguenza. L'illusione che i risultati quantitativi permettano delle constatazioni oggettive, scientifiche, gioca a questo proposito un brutto scherzo alla serietà del lavoro. Le domande aperte sono utilizzate quando si ha a che fare con temi non ancora ben circoscritti, quando ci s'immagina essere difficoltosa la distribuzione percentuale, quando il rango gerarchico delle opinioni è reputato sufficiente. L'apertura comporta, inevitabilmente, risposte qualitativamente diversissime. Che cosa permette di trattarle in maniera

uniforme, come se fossero omogenee? Il sistema categoriale. S'elaborano delle categorie e s'infilano in queste categorie, a lume di naso, le risposte. Poi si codificano esattamente come le domande chiuse e si trattano per ottenerne dei dati quantitativi. L'accorgimento, in certi casi vero miracolo d'ingegnosità, permette di trasformare risposte qualitativamente differenti in elementi enumerabili e comparabili. Anche questo esempio mostra che si studiano le opinioni come se esistessero, e come se questa esistenza fosse indipendente dalle tecniche utilizzate per produrle.

Le stesse incongruenze epistemologiche si trovano nella fase successiva quando, in vista della quantificazione dei risultati, si formano dei gruppi e si fanno delle classificazioni. I manuali di tecniche d'inchiesta e di statistica sociale sono in materia inesauribili: prescrizioni sofisticate, consigli di prudenza, avvertenze si susseguono per dire che una ricerca concreta è sempre una cosa diversa da quella raccontata dai professori di metodologia. In pratica, cosa succede?

A ogni risposta si dà un valore numerico. Se la risposta ha due corni si dà al sì il valore 1, al no il valore -1 ed al rifiuto di rispondere s'attribuisce il valore 0. Quasi sempre le non-risposte sono accantonate e di tanto in tanto non sono nemmeno prese in considerazione per il calcolo delle percentuali, coi risultati sulla distribuzione che tutti possono immaginare. Quantificare significa semplificare? Si può rispondere con un esempio. Dato un campione di 3000 persone alle quali sono state rivolte 30 domande, si può costruire una tabella che avrà 3000 linee e 30 colonne (le variabili). Si avranno, in poche parole, 90000 numeri. Cosa ricavare da una tale selva di numeri, e come?

Busino

Nelle situazioni più correnti si calcola la percentuale per tutti i tipi di risposte. La soluzione è semplice, elegante e poco costosa. Sulle percentuali s'eserciteranno l'intelligenza e l'acutezza analitiche del commentatore, il quale potrà fare mille variazioni sul tema. I significati prodotti saranno ambigui, contraddittori, comunque relativi al sistema di valori del commentatore.

Se i mezzi disponibili lo consentono, il ricercatore potrà fare di più: incrociare, per esempio, due risposte, per rispondere a una nuova domanda, che potrebbe essere così formulata: come si risponde alla seconda domanda se si è risposto sì, o no, o non si è punto risposto alla prima? In questo caso, si avranno nove numeri, anziché sei. Essi diranno se tra la prima e la seconda domanda v'è un rapporto. Coll'insieme di questi dati sulle trenta domande, si possono formare 385 coppie. I risultati numerici ottenibili sono enormi. Si può affermare che sono anche più ricchi? Forse, ma l'interpretazione di questa caterva di numeri diventa difficoltosissima: impossibile cavare da un siffatto intrico un significato globale.

Al fine d'aggirare tale ostacolo, si sono messe a punto un'infinità di tecniche statistiche, tra le quali – nel settore dello studio delle opinioni – l'analisi tipologica, l'analisi fattoriale delle corrispondenze, l'analisi discriminante e l'analisi di segmentazione risultano le più praticate.

I metodi tipologici riducono progressivamente le famiglie costituite coll'aggregazione d'individui non troppo dissimili rispetto a certe caratteristiche. Essi classificano gli individui (o le risposte) in un certo numero di famiglie, di gruppi, di categorie, ecc. Ogni classe dev'essere abbastanza omogenea, o quanto meno il meno eteroge-

nea possibile rispetto ad un'altra classe. Per fare delle classi, bisogna avere dei criteri di classificazione. Il più corrente è quello della distanza. Due individui rispondono in maniera assai simile a tutte le domande? Sono allora considerati vicini e quindi piazzati nella stessa classe. Ovviamente esistono infinite formule per calcolare la distanza, ma tutte mirano allo stesso scopo: ottenere una debole distanza intra-gruppo e una forte distanza inter-gruppi.

L'arbitrio delle classificazioni è palese. Si tenta di ridurlo per via di correzioni successive, mediante iterazioni continue, ma non si esce dalla superfetazione. La scelta iniziale, arbitraria, condiziona tutti gli svolgimenti susseguenti. È corrente il caso in cui scelte di partenza differenti danno, utilizzando la stessa materia, risultati fortemente divergenti.

Coll'analisi fattoriale si tenta di raggruppare le domande, insomma di trovare una rappresentazione d'insieme di risposte assai disperse. Coll'analisi fattoriale delle corrispondenze si calcola inoltre il grado di fedeltà della rappresentazione ottenuta. L'utilità pratica d'una tale procedura è evidente. A livello interpretativo essa facilita molto il compito del ricercatore. Ma essa funziona bene nel caso che gli oggetti studiati siano omogenei. Il che capita raramente. Più sovente l'omogeneità è creata artificialmente grazie ad un'operazione tipologica.

L'analisi discriminante cerca, divisa la popolazione in gruppi, di trovare le variabili che meglio caratterizzano questi gruppi; l'analisi canonica collega due insiemi di variabili misurate sulla stessa popolazione; l'analisi di segmentazione spiega una variabile coll'altra stabilendo un ordine gerarchico decrescente tra le dimensioni e le

loro associazioni successive, a seconda della grandezza delle differenze che comportano per la frequenza d'una caratteristica. Non è qui necessario farne una critica. Anch'esse, combinando, permutando, trasformando, contribuiscono a produrre ciò che hanno la pretesa di descrivere, di presentare, d'indicare e d'enucleare.

Per concludere, si può dire che le tecniche utilizzate per lo studio delle opinioni danno come scontata l'esistenza delle opinioni stesse e come pacifico che gli individui possano esprimerle a nome loro e/o del loro gruppo d'appartenenza. Queste medesime tecniche tralasciano lo studio dell'apporto da esse stesse fornito alla produzione delle opinioni e non s'interrogano punto sulla responsabilità di chi opera le scelte tecniche e decide della scelta delle opinioni da produrre. I risultati mostrano che non si riesce ad uscire da questo circolo vizioso nemmeno colla teoria dei sistemi, che pure prende in considerazione l'insieme dei processi di reazione, tra il pubblico, le masse, i leader d'opinione (*opinion leaders*) ed i sistemi di sondaggio. Per cui, allo stato attuale delle cose, la funzione sociale dei sondaggi d'opinione all'interno degli apparati egemonici è ben stabilita. Non è detto che questa funzione sia esclusivamente manipolatoria, quantunque lo studio di chi utilizza i sondaggi apra delle prospettive poco fauste sulle ragioni d'un impiego che ormai copre tutti i settori della vita in società, dai sogni e dall'immaginario alla popolarità d'un candidato e alla notorietà d'uno scrittore. Che i sondaggi siano al servizio d'una causa, che il loro processo d'influenza sia un flusso a due tempi (*two-step flow*), non debbono far dimenticare che gli organi per la fabbricazione, il controllo, la formazione e la diffusione delle opinioni sono

essi stessi delle opinioni. E qui il discorso si congiunge con quello sulla propaganda. Questa ha cambiato il nostro rapporto col mondo, ha rotto l'isolamento delle comunità, ha minato i blocchi d'ignoranza, base della gerarchia umana. Ma ha trasformato tutto in spettacolo, privilegiando la singolarità, il sensazionale, il visibile, a danno dell'astratto. La memoria collettiva è cancellata gradualmente e lascia il posto ai vissuti individuali, alle storie di vita. Non vi sono opinioni spontanee ed ingenue, esse riflettono questi meccanismi che hanno privatizzato il pubblico e reso pubblico il privato. I sondaggi d'opinione fotografano, come verità immediate e definitive, rappresentazioni che l'informazione, la propaganda, i mass media, gli apparati ideologici, lo studio delle opinioni hanno generato o contribuito a strutturare.

È stato scritto da Serge Moscovici che «malgrado le enormi pressioni che vengono esercitate perché si raggiunga un'uniformità di pensiero, di gusto e di comportamento, non solo gli individui e i gruppi sono in grado di resistervi, ma giungono per di più a creare nuovi modi di comprendere il mondo, di vestirsi e di vivere, nuove idee politiche, filosofiche e artistiche, e a convincere altri ad accettarle. La lotta tra le forze del conformismo e quelle dell'innovazione non perde mai il suo fascino e resta decisiva per le une come per le altre...». Per questa ragione, prosegue lo stesso Moscovici, «bisogna abbandonare i vecchi modelli di spiegazione della realtà e mostrarsi più critici e più audaci, e invece di guardare la società dal punto di vista della maggioranza, dei dominanti, guardarla dal punto di vista della minoranza, dei dominati...». Questo vuol dire, per gli studi di opinione, che non bisogna più consi-

derare le opinioni maggioritarie come elementi per fondare l'efficacia delle azioni e per legittimarle, che qualsiasi discorso contiene un senso che è anche il valore del soggetto-attore della conoscenza, che l'oggettività non è né imparzialità né neutralità. In altri termini, che le opinioni, nel momento della loro emergenza e durante la loro emergenza, sono inseparabili dai significati che si attribuiscono alle cose, dai giudizi di valore che permettono di fissare

delle finalità. Se è così le opinioni possono essere numerose e nessuna può pretendere ad una superiorità o a una supremazia quale che sia. In una situazione caratterizzata da un pluralismo assoluto, è forse arrivato il momento per rivisitare i concetti di maggioranza e minoranza, d'opinioni dominanti e d'opinioni devianti. Un tale cambiamento permetterà di porre su basi più solide anche gli studi sulle opinioni.

<sup>1</sup> Le relative indicazioni bibliografiche si trovano in G. Busino, *Per un'altra sociologia*, Torino, Einaudi, 1983, pp. 113-131 e in *La sociologie sans dessus dessous*, Genève, Droz, 1992, pp. 180-198, nonché *Sociedade-Civilização*, Lisboa, Casa de Moeda, 1999, pp. 271-290.

<sup>2</sup> Le ricerche della Mead suscitano tuttora contestazioni e controversie importanti criticamente analizzate da S. Tcherkézoff, *Le mythe occidental de la sexualité polynésienne, 1928-1999. Margaret Mead, Derek Freeman et Samoa*, Paris, Puf, 2001.

<sup>3</sup> I testi maggiori della concezione empirista dell'opinione pubblica sono presentati da J. Padioleau, *L'opinion publique. Examen critique, nouvelles directions. Recueil de textes*, Paris, Mouton, 1981. Bisogna però completarli con quelli di *The spiral of Silence. Public Opinion-Our Social Skin*, Chicago,

University Press, 1993; *Die soziale Natur des Menschen. Beiträge zur empirischen Kommunikationsforschung*, Freiburg-München, Alber, 2002, d'Elisabeth Noelle-Neumann (un individuo non esprime volentieri la propria opinione, la dissimula se crede d'essere in minoranza). Sulle importanti ricerche pubblicistiche e demoscopiche di questa studiosa, nata a Berlino nel 1916, fondatrice del leggendario «Institut für Demoskopie» di Allensbach am Bodensee, vedi il libro di Klaus Schönback, *Trennung von Nachricht und Meinung*, Freiburg-München, Alber, 1977.

<sup>4</sup> Questo punto è contestato dai critici sia del modello meccanicista, che ricorre ad una "forza occulta" per spiegare la correlazione tra l'opinione e i dati sociobiografici, sia dal modello economicista e dell'utilità sperata, per il quale le

opinioni dei soggetti sociali sono determinate da interessi individuali e collettivi. Lo studioso che ha sviluppato con più rigore queste critiche è R. Boudon, «*Vox populi, vox Dei?*». *Le «spectateur impartial» et la théorie des opinions*, in R. Boudon, P. Demeulenaere, R. Viale (sous la direction de), *L'explication des normes sociales*, Paris, Puf, 2001, pp. 93-127, e per ulteriori sviluppi, dello stesso *Déclin de la morale? Déclin des valeurs?*, Paris, Puf, 2002 e *Raison, bonnes raisons*, Paris, Puf, 2003.

<sup>5</sup> Una sintesi di tali posizioni si trova in P. Champagne, *Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique*, Paris, Minuit, 1990, che riprende le ricerche in materia di Pierre Bourdieu ora in *Questions de sociologie*, Paris, Minuit, 1980 e in *Interventions, 1961-2001. Science sociale & Action politique*, Marseille, Agone, 2002.