

Chiave lessicale per una teoria dell'opinione pubblica*

Elisabeth Noelle-Neumann

Come si definisce il concetto sociopsicologico di opinione pubblica?

L'opinione pubblica viene intesa come un processo che si svolge continuamente nella sfera pubblica, che si fonda sulla natura sociale dell'uomo e assicura la costruzione e il mantenimento del consenso in settori di importanza vitale. Il concetto sociopsicologico offre una definizione operativa d'opinione pubblica, ossia traducibile in strumenti di ricerca empirica: l'opinione pubblica è un'opinione in settori cui viene attribuita una certa importanza che può essere esternata pubblicamente senza timore d'incorrere in sanzioni e sulla quale può basarsi l'agire pubblico.

La versione dettagliata di questa definizione è invece: per opinione pubblica s'intendono opinioni e modelli di comportamento importanti, in particolare di peso morale, che – laddove si tratti di accordi associati, come per esempio usanze e dogmi – si devono mostrare pubblicamente se non ci si vuole isolare; o che si possono mostrare a uno stato “fluidico” (Tönnies) in fase di mutamento senza isolarsi. L'opinione è qui intesa anche come atteggiamento e modello di comportamento in settori di valore morale.

L'opinione pubblica è fondata sull'inconsapevole sforzo dell'uomo che vive in una formazione sociale di giungere a un giudizio collettivo, a un accordo, cosa indispensabile per poter agire e, dove necessario, decidere. La conformità viene ricompensata, l'infrazione ai

danni del giudizio concorde viene punita. Il sistema delle sanzioni è più sviluppato del sistema delle ricompense. Fondamentalmente si tratta, per le pene, di revoca della simpatia, della popolarità o del rispetto; per questo John Locke parla alternativamente anche di “legge della reputazione”.

L'opinione pubblica è ristretta a determinate culture, epoche storiche o gruppi di persone?

Il fenomeno che viene qui trattato sotto il nome d'opinione pubblica è, per quanto se ne sa finora, panculturale: s'incontra l'opinione pubblica in tutte le popolazioni e in tutte le epoche. In vari generi letterari pensatori e scrittori molto diversi si occupano fin dall'antichità d'opinione pubblica. Dalla ricerca della storia del concetto al singolare “opinione pubblica” attraverso sistematici studi della letteratura in base a una guida standardizzata all'analisi del testo risultò che il concetto ha una genealogia risalente a quasi 2.000 anni fa. Cicerone parla in una lettera ad Attico del 50 a.C. d'opinione pubblica. Si scusa per un errore alludendo al fatto di aver solo seguito l'opinione pubblica, “publicam opinionem”. Ulteriori esempi nell'antichità romana si trovano nell'opera giuridica di Giustiniano¹ e nell'opera del vescovo eretico Priscilliano, entrambe del IV sec. d.C. Segni scritti accoppiati che stavano per “opinione” e “pubblica” sono stati trovati anche in testi cinesi del IV secolo. Ed Erasmo da Rotterdam parla di “opinionēs publicae”, anche se al plurale. Nell'epoca moderna l'utilizzo dell'espressione “opinione pubblica” si moltiplica, a partire da Montaigne nel 1588, nelle opere di poeti, politici e pensatori europei ed extraeuropei. Jean-Jacques Rousseau non è il creatore della formula “opinione pubblica”, ma assume comunque un posto di rilievo nella storia del concetto. Grazie a lui l'opinione pubblica è diventata nel XVIII secolo un'espressione utilizzata da tutte le persone colte.

In tedesco “opinione pubblica” compare secondo le ricerche più attuali la prima volta nel 1702 nella traduzione di uno scritto in latino di Christian Tomasius del 1701 sui processi per stregoneria.

A prescindere dal singolare collettivo, il fenomeno opinione pubblica si nasconde anche dietro una moltitudine di altri concetti – che in parte sono sinonimi – che vennero spesso elaborati in letteratura o in filosofia: leggi non scritte (Tucidide, Aristotele), reputazione (Machiavelli, il cardinale Richelieu, Locke), “vox populi” (Vecchio Testamento)/“publica voce” (Machiavelli), “voix du peuple” (Bodin 1968, pp. 155 sgg.), “voix publique” (Montaigne, Richelieu), pettegolezzi, tabù, *Zeitgeist*, usi e costumi, consenso, controllo sociale, dicerie ecc.

Tutti sono coinvolti dalla sua pressione, tutti sono sottoposti al controllo, anche chi non vota, anche chi non è interessato. Tutti i membri di una società a un certo tempo e in certo luogo sono portatori d’opinione pubblica. Platone include espressamente anche i bambini.

Nel suo Mito di *Protagora*, Platone risponde a questa domanda: non deve esserci qualcosa a cui tutti i cittadini di uno Stato devono necessariamente prendere parte perché lo Stato sia possibile? Secondo questo mito, le capacità sono state distribuite fra gli uomini in base alle disposizioni di Zeus; così uno ha ricevuto una certa abilità, uno un’altra, capacità artigiane o musicalità o talento nel guarire gli altri. Alla fine Hermes doveva ancora assegnare le abilità politiche, il senso della legge (*dike*) e il senso della vergogna (*aidôs*). Hermes chiese allora “devo assegnare anche queste come le diverse abilità, che sono state assegnate a persone diverse, o devo assegnarle a tutti?”. “A tutti”, disse Zeus “tutti devono partecipare; perché le città non potrebbero sorgere se solo pochi vi partecipassero, come per le altre abilità” (Platone 1987, p. 39).

Per ciò che riguarda il senso della vergogna, *aidôs*, che viene distribuito a tutti, un commento inglese (Hubbard, Karnofsky 1982, p. 96) spiega:

Aidôs è un concetto complesso. Non ha senso istituire un codice di comportamento se i membri della società non lo seguono. L'opinione pubblica rappresenta una possibilità d'affermazione di quest'accordo. L'individuo è preoccupato molto seriamente di quali sentimenti gli altri membri della società mostrano per lui. Con aidôs s'intende questa paura della disapprovazione pubblica che fa sì che noi diamo generalmente seguito alle convinzioni della società.

L'opinione pubblica esiste in tutte le culture ed epoche storiche come fenomeno basilare della convivenza umana, che riguarda ogni individuo. L'opinione pubblica non si limita, contenutisticamente, alla politica, ma può riguardare tematicamente tutte le questioni morali e valoriali (vedi sotto) – sia questioni d'importanza internazionale (“sfera pubblica mondiale”, “opinione del mondo”) come anche d'importanza nazionale, talvolta anche regionale. Limiti dell'opinione pubblica sono solo spazio e tempo.

L'opinione pubblica è un fenomeno legato a spazio e tempo. Dopo, non si vede più la pressione che essa può esercitare, come nuvole temporalesche che si sono dissolte; ma nei confronti del politico che agisce sotto queste nuvole – si può pensare ad Adenauer e alla sua politica di riarmo nel 1956 –, l'opinione pubblica sta eretta come un muro. L'individuo non può sfuggire alla propria epoca, al clima d'opinione e allo *Zeitgeist* del periodo storico in cui vive. Uno spostamento è possibile, certo, ma spesso anche doloroso (esilio, eremitaggio).

Quale senso di sfera pubblica è alla base del concetto sociopsicologico d'opinione pubblica?

L'elemento “pubblico”, la “sfera pubblica” ha un'importanza chiave, probabilmente per questo anche l'espressione “opinione pubblica” alla fine si è affermata. La componente “pubblica” va intesa in senso sociopsicologi-

co, non come concetto giuridico (“Ognuno ha accesso a qualcosa”) o politico: qualcosa che tematicamente, contenutisticamente riguarda la comunità.

Vista sociopsicologicamente, la sfera pubblica è quello stato in cui l’individuo è visto e giudicato da tutti, in cui la sua fama e la sua popolarità sono in gioco, la sfera pubblica come tribunale anonimo. Nella sfera pubblica l’individuo non si vuole isolare, non vuole perdere la faccia. Questo rende la gogna – che si ritrova a quanto pare in tutte le culture – una pena così amara, anche se non si torce un cappello a nessuno. Linguisticamente possiamo identificare il significato sociopsicologico di “pubblico”: dire che qualcosa è successo “davanti a tutti” ci svela subito di cosa si tratta. Nessuno dirà che un concerto si è svolto “davanti a tutti”. Già in latino esisteva l’espressione, dallo stesso significato di sottofondo, “coram publico”.

“Pubblico” viene inteso come “public eye” o “public ear” (Burke 1791); chiunque può vedere o sentire. La sfera pubblica viene intesa come tribunale giudicante, temuto allo stesso modo dai governi come dai singoli membri della società. La sfera pubblica come tribunale giudicante può accrescersi a tal punto da costituire un pericolo concreto per l’individuo e da divenire così una minaccia.

A ogni modo l’individuo vive la sfera pubblica come consapevolezza, come situazione in cui si può essere visti da chiunque. Erving Goffman ha fatto di questa consapevolezza quotidiana dell’anonima sfera pubblica un tema scientifico, spezzando così per la prima volta nelle scienze sociali la presente e ancora duratura negligenza della dimensione sociopsicologica della sfera pubblica.

In senso sociopsicologico la sfera pubblica va intesa come un’ampia autorità sociale che penetra anche nei gruppi primari, nei gruppi di riferimento (*reference groups*) o nei piccoli gruppi.

Non si deve però fraintendere la sfera pubblica, interpretandola come insieme di individui isolati, atomizzati. Gli individui sono invece diretti con grande attenzione all’ambiente circostante, soprattutto alle opinioni e al com-

portamento del loro prossimo e svolgono continuamente osservazioni del mondo circostante.

Quanto è potente l'opinione pubblica? Su chi o su cosa si estende il suo potere?

L'opinione pubblica è una forza enorme di tipo sociale e politico. Da essa emana un'efficace spinta rivolta in due direzioni: sia a ogni singolo individuo in una società, sia al governo.

Il potere dell'opinione pubblica sull'individuo consiste nella spinta conformista che incalza l'individuo, perché la natura sociale di ognuno è sensibile ed estremamente fragile, e perché l'uomo teme l'esilio, l'isolamento.

Il fatto che il sovrano non sia più un sovrano se i suoi sudditi non vogliono – e questo non solo in democrazia, ma a lungo termine e in ultima conseguenza anche negli Stati dispotici e totalitari – è un tema affrontato da pensatori politici fin dall'antichità (Aristotele, Erasmo da Rotterdam, Machiavelli, sir William Temple [1672, pp. 45-95], David Hume). Nessun sovrano può a lungo andare e restare al potere se si rifiuta di riconoscere che il fondamento più importante del suo potere è, prima ancora di tutti i possibili metodi coercitivi, la sua reputazione personale e la benevolenza, la fiducia del popolo (Richelieu, Konfuzius [Schwarz 1987, p. 87]).

Che ruolo svolgono la minaccia e la paura dell'isolamento nel concetto sociopsicologico di opinione pubblica?

Il processo di opinione pubblica viene messo in moto dalla paura dell'isolamento degli individui nei confronti della sfera pubblica anonima e dalla minaccia d'isolamento che da questa emana.

La società fa uso nei confronti degli individui devianti di molteplici segnali, segnali verbali e anche sottili segnali

non verbali, che hanno l'effetto di una minaccia d'isolamento: insultare, deridere, prendere in giro, interrompere totalmente i contatti sociali, togliere il saluto, alzare le sopracciglia, scuotere il capo ecc.

Gli individui reagiscono alle minacce d'isolamento esistenti o anticipate della sfera pubblica con la paura dell'isolamento.

La paura dell'isolamento si fonda sulla natura sociale di ognuno ed è evidentemente radicata come un istinto. L'uomo avverte il timore d'isolamento quando ha paura di essere pubblicamente deriso, di essere messo in ridicolo. Se qualcuno infrange leggi non scritte o esprime un parere che apparentemente è sostenuto tutt'al più da una minoranza, si vergogna e sente il disprezzo "degli altri". Timore dell'isolamento significa avere paura delle situazioni imbarazzanti, paura delle dicerie e dei pettegolezzi, paura di essere espulsi, banditi dalla società (boicottaggio sociale, ostracismo).

I processi d'opinione pubblica traggono la loro dinamica soprattutto dalla paura dell'isolamento, e non dal motivo del "voler far parte", e nemmeno dal bisogno di elogi, onore e fama personale o dalla semplice imitazione degli altri. Perché il silenzio che si decide nel processo d'opinione pubblica si spiega più con la necessità di evitare provvedimenti negativi, sanzioni o l'esilio dalla società che non col bisogno di riconoscimento, di provvedimenti sociali positivi. Nella ricerca elettorale il cosiddetto "last-minute swing" a favore del vincitore annunciato si spiega di conseguenza in primo luogo con la paura dell'isolamento e solo in minor misura con il bisogno di stare dalla parte del vincitore ("bandwagon-effect").

Qual è la funzione dell'opinione pubblica? L'opinione pubblica è irrinunciabile per una società?

Secondo il modo tradizionale di concepire l'opinione pubblica nel XX secolo, il cosiddetto "concetto elitario", è centrale il pensiero della partecipazione. I cittadini capaci

di giudizio, responsabili, prendono parte alla discussione dei problemi pubblici, incrementando la qualità della decisione. Nel concetto della spirale del silenzio la funzione dell'opinione pubblica è l'integrazione della società. L'opinione pubblica costringe a sua volta sia il governo che i singoli membri della società a rispettarla. Il governo è minacciato di revoca del suo potere, l'individuo è minacciato d'isolamento, d'espulsione dalla società. Il risultato è in entrambi i casi l'integrazione, il rafforzamento della coesione e con esso la capacità di agire e decidere.

Alla base delle manchevolezze dell'indagine empirica e teorica dell'opinione pubblica c'è una scarsa attenzione per i problemi dell'integrazione. Non è attuale pensare che possano essere necessarie delle misure, consapevoli e inconsapevoli, per assicurare la coesione di una formazione sociale, non tramite accordi codificati ma tramite "leggi non scritte", come Rousseau aveva definito l'opinione pubblica. Non è un'argomentazione. La coesione della formazione sociale è apparentemente data, è dato un sufficiente grado di accordo su cosa vada apprezzato e cosa disprezzato; è fuori discussione che questa coesione possa forse essere il risultato di un incessante sforzo sociale. Da lungo tempo non è più stato sviscerato a fondo il conflitto così amaro per l'individuo tra i suoi bisogni e quelli della sua formazione sociale, così come invece aveva fatto Rousseau descrivendo il compito del contratto sociale:

Trovare una forma d'associazione che difenda e protegga con tutta la forza comune la persona e i beni di ciascun associato, e per la quale ciascuno, unendosi con tutti, non obbedisca tuttavia che a se stesso e rimanga così libero come prima. Questa è la questione principale.

Per quanto vivace sia l'interesse per questo conflitto nel nostro secolo, esso – la continua ardua prova tra l'individuo e la società, che insiste per la coesione – non viene esaminato a fondo. Se si considera questa coesione come approblematicamente data, quasi un fenomeno naturale, al-

lora non si riterrà necessario alcuno sforzo e meno che mai nessuna vittima. Da questo punto di vista viene elogiato prima di tutto l'individuo che non ha paura di opporsi all'opinione pubblica, che non cede alla pressione conformista, che non si converte.

La cultura politica tedesca del XIX e XX secolo è attraversata dall'avversione per l'opinione pubblica intesa come spinta conformista. La ripugnanza che molti provano per l'opinione pubblica nella sua forma sociopsicologica s'indirizza contro la spinta integrativa. L'avversione proviene dall'odio contro il compromesso obbligato cui l'individuo è costretto dalla società. Solo se i membri di una comunità scendono a compromessi con l'opinione pubblica, con l'opinione predominante, si può assicurare l'integrazione che è premessa per la possibilità di agire e decidere. Gli individui soffrono, vivono il compromesso come insensato, indegno, screditante, soffrono della minaccia d'impopolarità, di ridicolizzazione, disprezzo, isolamento. Ma l'integrazione non si può avere altrimenti.

Nell'espone la funzione dell'opinione pubblica fondata sulla paura dell'isolamento, non la si deve intendere come lode all'opportunismo. Si deve rendere giustizia a entrambe le parti, alla natura individuale e sociale dell'uomo, come aveva tentato di fare Rousseau.

È comprensibile che in Germania, dopo un passato di due dittature, siamo particolarmente allergici al conformismo e alla conversione. Ma è proprio questo passato che non riusciremo a comprendere se rimaniamo medievalmente così indietro nella comprensione della natura sociale dell'uomo, così ciechi come siamo stati finora.

Della raggiunta maturità dell'uomo fa parte il fatto di divenire consapevole della propria natura sociale, di non nutrire falsi sensi di dipendenza. Suona bene dire che "si deve passare attraverso la scuola dell'opinione pubblica e cercare di rimanerle del tutto indifferenti", e si deve anche sapere quanto sia importante mostrarsi, esprimersi in casi d'emergenza coraggiosamente contro l'opinione pubblica. Ma si deve anche sapere perché ciò non possa

costituire la norma. Montaigne l'ha visto in modo chiaro alla fine del XVI secolo:

che il saggio deve guidare interiormente la sua anima al di fuori della calca e deve mantenerla libera e capace di libero giudizio sulle cose, e che però egli per ciò che riguarda l'esteriorità deve totalmente acconsentire alle forme e alle maniere in uso.

In rapporto all'integrazione della società è significativa la parola chiave "consenso". I processi d'opinione pubblica si fondano sul consenso o meglio creano consenso. Provvedono a un sufficiente grado di accordo prima di tutto sui valori e gli obiettivi centrali comuni di una società. La società non cerca però consenso e compromessi solo negli affari fondamentali e nelle quotidiane vicende politiche, ma anche su molti altri argomenti, anche su modelli di comportamento apparentemente superficiali, e questo per mettere alla prova e mantenere la capacità di consenso.

Il mutamento mette a repentaglio la coesione e ci si deve perciò abituare a esso. Un settore in cui si può studiare la capacità di compromesso è l'abbigliamento, la capigliatura, l'intero aspetto esteriore. Esso viene espresso tramite quell'esagerato accordo, strettamente legato a un periodo, chiamato "moda", una manifestazione di opinione pubblica che fa riferimento al cambiamento. John Locke parla anche, invece di "legge dell'opinione o della reputazione", di "legge della moda". La moda ha temi giocosi, ma non è un gioco. Essa pretende dall'individuo un'enorme capacità d'osservazione del mondo circostante e non gli lascia in nessun modo la libertà di decidere se vuole rispettare la moda, ossia stare a un compromesso, o non rispettarla. Non rispettarla significa essere escluso dall'ambiente circostante, essere uno spaventapasseri. L'individuo ha bisogno dell'osservazione dell'ambiente circostante in situazioni di rapporti mutevoli, abilità tenuta in allenamento grazie alla moda per sapere come evitare l'isolamento, per esempio in epoche di mutamento dei

valori morali. Quanto forte sia la tendenza a negare la natura sociale dell'uomo è evidente nelle locuzioni linguistiche legate alla moda, che il più delle volte hanno un'accezione negativa: "è solo una moda".

L'opinione pubblica è così strettamente connessa con la parola chiave "consenso" come lo è con il "controllo sociale". L'opinione pubblica esercita controllo sociale esteso, vasto, su tutti i settori della vita. In ciò essa completa la funzione di altre istituzioni, come il diritto, la religione ecc., le contraddice o le appoggia.

La teoria sociopsicologica viene anche qualificata come concetto d'integrazione per via della funzione dell'opinione pubblica, cioè dell'integrazione, del rafforzamento della coesione interna di una società attraverso il controllo sociale.

Come il concetto elitario e la teoria sistemica, anche il concetto integrativo fa dichiarazioni sulla funzione dell'opinione pubblica nella società. Tuttavia il concetto sociopsicologico di opinione pubblica va un passo oltre con dichiarazioni empiricamente verificabili sul modo di funzionamento, sulla formazione dell'opinione pubblica (vedi sotto).

Che ruolo svolge l'élite sociale nel processo d'opinione pubblica?

Dalla prospettiva delle scienze politiche e della giurisprudenza l'opinione pubblica ha in sé una carica normativa e si riferisce solo alla sfera politica. Solo una ristretta cerchia di persone contribuisce secondo questa rappresentazione alla costituzione dell'opinione pubblica. L'opinione pubblica sarebbe dunque esclusivamente l'opinione di cittadini politicamente informati che si formano in modo razionale e indipendente le loro opinioni e che si sentono obbligati nei confronti del bene comune, cittadini che, come "complemento al dominio" (*Herrschaft*), esercitano su di esso un'azione critica (Hennis, Habermas). Qui l'opinione pubblica si presenta come fonte di preziosi giudizi intellettuali.

A differenza dal concetto elitario, la teoria sociopsicologica dell'opinione pubblica non emette giudizi sulla qualità dei contenuti dell'opinione pubblica o sulle qualifiche dei suoi portatori.

Il concetto elitario e quello integrativo tuttavia non si differenziano tanto nella loro descrizione della relazione fra opinione pubblica e governo, una relazione necessaria viene supposta in entrambe le concezioni. Ignorare un'opinione pubblica ostile per un lungo periodo di tempo porta al crollo del governo. La differenza effettiva sta nella relazione fra opinione pubblica e individuo. Secondo il concetto elitario d'opinione pubblica (l'opinione di persone capaci di giudizio, informate, responsabili...) dipende dall'individuo se parteciparvi o tenersene fuori. L'individuo può defilarsi, non ha bisogno di prendere parte al dibattito, anche se si riscontra la tendenza a obbligarlo sottovoce, in quanto cittadino dello Stato. Nel concetto dell'integrazione l'individuo, che lo voglia o no, è coinvolto nel processo: il processo riguarda tutti, e tutti sono minacciati da sanzioni in caso d'inosservanza.

Con una teoria dell'opinione pubblica non si faranno progressi se non si è in grado di definire anche l'efficacia dell'élite nel processo d'opinione pubblica. Nessuno prenderà sul serio l'idea che l'élite non determini in modo decisivo il processo d'opinione pubblica, che non preceda gli altri nella formazione dell'opinione pubblica. Ma dobbiamo separarci da idee di élite come quelle che si sono sempre più affermate nel XIX e nel XX secolo per i portatori d'opinione pubblica.

In base a tutto ciò che abbiamo imparato allo stato attuale della teoria dell'opinione pubblica, avranno effetti sull'opinione pubblica solo quei membri dell'élite che hanno accesso alla sfera pubblica e che lo sfruttano anche per le questioni decisive nel processo d'opinione pubblica, il che fa pensare innanzitutto ai giornalisti.

Non è necessaria una decisione di principio fra il concetto elitario e integrativo perché entrambi i concetti vengono in questo modo conciliati.

Come si affermano le innovazioni contro l'opinione pubblica stabilita, dominante?

Gli *outsiders* della società, come avanguardisti, eretici, lo zoccolo duro (“hard-core”), missionari, riformatori ecc., ma anche studiosi e artisti, possono cambiare la società.

Tali sfidanti dell'opinione pubblica o non conoscono la paura dell'isolamento o – pur soffrendo del rifiuto da parte della sfera pubblica – riesce loro di vincere il proprio timore dell'isolamento. Alcuni scelgono addirittura il cammino della consapevole autostigmatizzazione. Gli innovatori entrano in scena allo stadio precoce dei processi d'opinione pubblica.

Persone appartenenti a una minoranza repressa possono d'altra parte costituire un cosiddetto “zoccolo duro”. Questa minoranza, dopo un lungo processo d'opinione pubblica, resta ancora fedele alle proprie convinzioni, pur dovendosi per questo mettere sulla difensiva nella sfera pubblica. Il comportamento di questa minoranza non è più influenzabile da minacce d'isolamento né è determinato dalla paura dell'isolamento. Perciò la costituzione di uno zoccolo duro va classificata come stadio tardo dei processi d'opinione pubblica. Spesso la disponibilità dello zoccolo duro a parlare è particolarmente consistente. Dipende di volta in volta dal tema se la minoranza come una setta “viene eliminata dal corpo sociale” o se grazie all'affluenza di molti giovani diviene un gruppo d'avanguardia che riesamina il processo d'opinione pubblica e decide in senso contrario.

Il fenomeno dello zoccolo duro è stato elaborato in letteratura per esempio con la personificazione nell'eroe del romanzo *Don Chisciotte*.

I gruppi che vogliono sollecitare un cambiamento devono puntare al fatto che la loro posizione pubblicamente possa essere mostrata senza incorrere nel pericolo d'isolamento e che la posizione ritenuta precedentemente valida non possa più venire mostrata pubblicamente senza pericolo d'isolamento.

Come emerge, a partire dalla moltitudine di opinioni possibili, un'opinione come opinione pubblica dominante (modo di funzionamento dell'opinione pubblica)?

L'opinione pubblica va interpretata come processo dinamico nel corso del tempo. La trasformazione di una somma di opinioni individuali in opinione pubblica avviene secondo l'attuale stato delle conoscenze nell'interazione che ha costantemente luogo tra gli uomini e la loro natura sociale e alla quale prendono parte tutti gli individui in una società.

Quando esistono diverse concezioni su settori di valore morale si cerca affannosamente di raggiungere il consenso con le armi sociopsicologiche della minaccia d'isolamento e sfruttando la paura dell'isolamento dell'individuo, finché una concezione si afferma o s'impone come dominante.

La paura dell'isolamento spinge gli uomini ad assicurarsi costantemente su quali opinioni e modelli di comportamento vengono approvati e disapprovati nell'ambiente circostante, e su quali opinioni guadagnano e quali perdono terreno. La teoria parla di un senso quasi-statistico con cui gli individui eseguono questa valutazione. Il risultato di questa stima influenza la loro eloquenza e il loro comportamento. Se credono di essere in accordo con il consenso dell'opinione pubblica prendono parte al discorso sicuri di sé, privatamente e pubblicamente, e mostrano le proprie convinzioni per esempio con distintivi e autoadesivi, ma anche con l'abbigliamento e altri simboli pubblicamente visibili. Quando credono di essere in minoranza diventano prudenti e taciturni, e rafforzano così ulteriormente nella sfera pubblica l'impressione di debolezza di questo schieramento, finché esso non tramonta del tutto. Per questo movimento nel processo d'opinione pubblica è stata introdotta nel 1973 la denominazione di "Spirale del Silenzio"².

La più bella descrizione letteraria di una spirale del silenzio si deve a Tocqueville con l'esempio della situazione delle minoranze dei cristiani credenti all'epoca della rivoluzione francese.

La spirale del silenzio va vista, in relazione al concetto sociopsicologico, come una piccola tessera dell'intero mosaico. Spesso viene tuttavia trattata come se questa piccola tessera rappresentasse il tutto. Il mosaico intero è il controllo sociale, la furia chiamata opinione pubblica.

Il processo della spirale del silenzio si basa su una catena di quattro assunti singolari e su un quinto che riguarda la connessione di questi quattro.

I quattro assunti sono:

1. La società fa uso nei confronti degli individui devianti della minaccia d'isolamento.
2. Gli individui avvertono costantemente la paura dell'isolamento.
3. Per paura dell'isolamento essi tentano incessantemente di valutare il clima d'opinione.
4. Il risultato della loro valutazione influenza il loro comportamento soprattutto nella sfera pubblica e in particolare attraverso il mettere in mostra o il nascondere le proprie opinioni, per esempio quindi attraverso l'eloquio o il silenzio.

Il quinto assunto connette i quattro precedenti spiegando la costituzione, la difesa e il mutamento dell'opinione pubblica.

Per verificare empiricamente gli assunti, si deve tradurli in indicatori osservabili, in situazioni sulle quali sia possibili porre domande nel corso di un'intervista (vedi sotto). In un passo successivo è possibile procedere in casi di studio in cui indagare il nesso nel senso indicato dal quinto assunto attraverso il processo d'opinione pubblica.

La spirale del silenzio non ha luogo solo nei processi d'opinione pubblica allo stato "fluidi" (Tönnies), ossia in settori in cui cambiano le valutazioni o come reazione alla trasgressione delle norme sociali.

Nella verifica empirica della teoria sulla base di casi esemplari si vede spesso la spirale del silenzio ridotta al semplice modello di maggioranza e minoranza con l'assunto che quanti appartengono alla maggioranza sono disposti a parlare e gli appartenenti alla minoranza tendono al silenzio.

Un concetto del genere può essere falsificato in qualunque momento, qualora per semplificare si escluda inizialmente il fattore effetto dei media, mentre esso è probabilmente proprio il fattore più influente. Non si sviluppano praticamente mai spirali del silenzio di direzione inversa al tono dei media formatori d'opinione; anche se solo una piccola minoranza condivide il tono dei media, essa è disposta a parlare e lo schieramento opposto costituisce una "maggioranza silente".

Il dibattito sull'energia nucleare nella Repubblica federale tedesca dal 1965 al 1986 è un caso ampiamente studiato empiricamente, esemplare di un processo d'opinione pubblica di durata relativamente lunga in stretta connessione con il tono dei media.

Questo caso esemplare mostra come ci si deve immaginare il ruolo dei diversi elementi nel processo d'opinione pubblica nel corso del tempo. Il tono dei media, o meglio, il cambiamento nel tono dei media precorre il cambiamento nelle valutazioni del clima d'opinione da parte della popolazione. Il cambiamento delle valutazioni del clima d'opinione precorre la variazione dei propri atteggiamenti. Il comportamento – disponibilità a parlare – fa seguito alla stima del clima d'opinione, ma influenza viceversa anche le valutazioni del clima d'opinione in un'interazione che produce il processo a spirale.

Nel caso della discussione sull'energia nucleare si poté documentare empiricamente l'esistenza di un doppio clima d'opinione: il clima d'opinione viene valutato diversamente a seconda di quali media – per esempio di destra o di sinistra – vengono consumati di preferenza o se il consumo di un certo medium, per esempio della televisione, è elevato o ridotto. Si poté anche mostrare come si costituì uno zoccolo duro di sostenitori dell'energia nucleare estremamente disposto a parlare.

Ci sono processi d'opinione pubblica a breve termine, ma anche altri molto lenti, che si protraggono per secoli per l'affermazione di una concezione e l'annientamento dell'opinione contraria.

I processi d'opinione pubblica mirano nel loro stadio finale al radicamento sociale sicuro della meta raggiunta e così al radicamento giuridico del consenso in forma di legge o al consolidamento di una legge non scritta (norma coercitiva con o senza vincolo giuridico) o alla proclamazione di un tabù.

Tutti questi processi, accompagnati da tanti sforzi, d'opinione pubblica, di decisione sui temi della discussione pubblica, di difesa dell'opinione pubblica, cambiamento dell'opinione pubblica, crollo del sistema valoriale fino alle varianti giocose della moda assicurano l'integrazione e la capacità di agire della società.

Quali asserzioni fa la teoria sociopsicologica sul nesso mass media-opinione pubblica?

Senza una teoria dell'opinione pubblica non si possono comprendere gli effetti dei media e viceversa: senza una teoria degli effetti dei media non si capiscono i processi d'opinione pubblica.

Probabilmente sarà difficile trovare un processo d'opinione pubblica che non venga introdotto da un'azione ben documentata dei media, dalla funzione di "agenda-setting" dei media. Solo quando a un tema viene assegnata una forte urgenza dai media si sviluppa una situazione di tensione nella quale si sviluppano la minaccia e la paura dell'isolamento.

I mass media divengono particolarmente rilevanti nel processo d'opinione pubblica, ma soprattutto in rapporto con l'osservazione del mondo circostante da parte dell'individuo. Nell'osservare l'ambiente circostante l'individuo sfrutta due fonti per afferrare il clima d'opinione: in primo luogo la sua diretta osservazione del mondo, e in secondo luogo l'osservazione dei contenuti massmediali (percezione indiretta).

I mass media danno forma in gran parte all'impressione che l'individuo si fa del clima d'opinione, cioè delle opinio-

ni che dominano nella maggioranza e della loro tendenza. Dal tono dei media emana la minaccia d'isolamento. In molti casi l'individuo è istruito unicamente dai resoconti dei mass media. Una forte consonanza unita all'effetto cumulativo dei contenuti mediali impedisce ulteriormente che i riceventi possano davvero scegliere nell'offerta complessiva. I mass media assumono anche una funzione di articolazione, mettendo in primo piano determinate opinioni e determinati aspetti di un tema piuttosto che altri. Le possibilità linguistiche d'articolazione di oppositori e sostenitori di un punto di vista o di un modello di comportamento si ripartiscono così in maniera diseguale. In una questione controversa si affermerà più facilmente il punto di vista che risulta dominante nei media perché grazie alle argomentazioni, agli slogan e alle formulazioni fornite dai mass media ai sostenitori riesce sostanzialmente più facile l'articolazione, riesce più facile parlare pubblicamente che non agli avversari, il cui punto di vista viene formulato nei media molto meno o affatto.

Una spirale del silenzio in direzione contraria al tono dei media non è stata finora mai empiricamente rilevata. Della disponibilità a parlare infatti fa parte anche il fatto di sentire alle proprie spalle l'autorità del sostegno mediale. La posizione professionale dei giornalisti ha in sé dunque, consapevolmente o inconsapevolmente, grandi possibilità d'azione sull'opinione pubblica.

Nella maggior parte dei casi la popolazione percepisce correttamente le linee di tendenza dello sviluppo del clima d'opinione. Di particolare interesse sono i casi in cui la distribuzione rilevata dai sondaggi delle frequenze delle opinioni e delle valutazioni della popolazione su cosa la maggioranza pensa divergono inequivocabilmente. Questa è una situazione d'illusione ottica sociale (*pluralistic ignorance*). Valutazioni errate (non della direzione di sviluppo, ma della variazione assoluta di dimensione) hanno luogo innanzitutto perché ogni schieramento valuta la propria convinzione più forte di quanto in realtà non sia (*looking-glass perspective*), e ciò tanto più quanto più sicuro di sé è lo schieramento in questione. In

secondo luogo il clima d'opinione viene percepito in maniera distorta per via della diversa visibilità pubblica (disponibilità a parlare, tendenza a tacere) degli schieramenti, e infine il clima d'opinione viene sovrastimato nella direzione del tono dei media. Questi tre fattori concorrono, non sono alternativi.

Singolarmente presa, l'influenza dei mass media non è in nessun caso determinante nel processo d'opinione pubblica. In caso di spaccatura fra il tono dei media e il parere della maggioranza della popolazione, il risultato è spesso un consenso solo superficiale, instabile, circondato da contraddizioni, capace di variare molto velocemente sull'onda di avvenimenti reali.

Il processo di formazione di un'opinione come opinione pubblica dominante si svolge in modo razionale?

Contro la teoria sociopsicologica dell'opinione pubblica è stata spesso sollevata l'obiezione che essa manchi di razionalità. Effettivamente in un processo d'opinione pubblica così inteso non è assicurato che si affermi di volta in volta il giudizio migliore. Ma non si dovrebbe chiamare irrazionale un processo d'opinione pubblica fondato sulla minaccia e sulla paura d'isolamento, perché il vantaggio per la società, per la sua coesione, la sua integrazione è palese.

La paura dell'isolamento è difficilmente leggibile come motivo razionale d'azione – nel senso di un calcolo costi-benefici intrapreso interiormente dall'individuo. La paura dell'isolamento è invece ampiamente inconsapevole.

Il giudizio concorde, come l'opinione pubblica venne intesa anche nelle fonti storiche, non è inoltre un buon giudizio in senso intellettuale, nel senso di “giusto” contrapposto a “sbagliato”. Questo sosteneva il giurista Rudolph von Ihering – uno dei pochi autori tedeschi che concepirono l'opinione pubblica nel suo significato originario – quando descrisse nel 1883 la disapprovazione con cui l'individuo deviante viene punito da parte del mondo circostante: essa non sarebbe di carattere razionale, come la disapprovazione “per una con-

clusione sbagliata, un calcolo errato, un'opera d'arte malriuscita", ma in essa si esprimerebbe "la reazione pratica, consapevole o inconsapevole, dell'interesse contro la sua violazione, una resistenza allo scopo della propria protezione". Che interesse è, chi deve essere protetto? È l'interesse della società a proteggere la coesione necessaria per agire e decidere, per mantenere una minima capacità di sopravvivenza.

Con quali strumenti sociologici possono essere verificate empiricamente le ipotesi della teoria sociopsicologica dell'opinione pubblica?

– Strumenti per la dimostrazione empirica della minaccia d'isolamento:

In generale: "test delle grida di disapprovazione", che misura la forza della minaccia di isolamento. (Tra due oratori che sostengono punti di vista opposti in pubblico su una questione controversa, chi viene fischiato? Per i paesi asiatici fu sviluppata la variante del test sulla riunione nel vicinato, che sfrutta il fatto che le dicerie sono uno strumento della minaccia d'isolamento.

Nella ricerca elettorale: test degli pneumatici, del parcheggio, dei cartelloni con pubblicità elettorale. Questi strumenti emersero dalla realizzazione di ricerche sistematiche sulla minaccia d'isolamento (Holicki 1984) e sul ruolo dei segnali non verbali, come la minaccia d'isolamento effettuata per mezzo della derisione (Albrecht 1983).

– Strumenti per la dimostrazione empirica della paura dell'isolamento:

Test di completamento delle frasi con minaccia; serie di domande sull'indicatore di sensibilità all'imbarazzo e punteggiatura sull'imbarazzo (Hallemann 1986, 1989), autoesperimenti.

La dimostrazione empirica della paura dell'isolamento non può che fallire con domande dirette, è possibile solo in maniera indiretta sulla base di indicatori, poiché la paura del-

l'isolamento è annoverata fra le reazioni e i comportamenti umani socialmente indesiderati e rimossi dalla coscienza.

Anche gli esperimenti di laboratorio di Asch (1952) e di Milgram (1961) sul comportamento conformista permettono di trarre determinate conclusioni, anche se limitate, interessanti soprattutto sotto un aspetto: i meccanismi di conformismo che operano nei piccoli gruppi sono estremamente simili ai processi che hanno luogo nella sfera pubblica anonima.

– Strumenti per la dimostrazione empirica della percezione quasi-statistica:

La gente cerca continuamente di valutare quali opinioni e modelli di comportamento vengono approvati o disapprovati nell'ambiente sociale circostante. Spesso non riesce a valutare i reali rapporti di forza (*pluralistic ignorance*), ma riesce a fornire dati su quali opinioni guadagnano e quali perdono terreno presso i suoi simili.

A dimostrazione di questa capacità basti dire che nelle interviste di sondaggio vengono sempre fornite volentieri delle stime alla domanda "Cosa pensa la maggioranza (...)?". Quest'elevata percentuale di valutazioni sui rapporti di forza va del resto nettamente contro l'assunto per cui prenderebbero parte al processo d'opinione pubblica solo gli *attention publics* caratterizzati da interesse e conoscenze (fra gli altri, Lang, Lang 1983).

– Strumenti per la dimostrazione empirica della disponibilità a parlare e della tendenza a tacere:

Test del treno o della corriera (a seconda delle circostanze nazionali); test del reporter televisivo – adeguato solo qualora si voglia verificare la disponibilità a parlare consapevolmente davanti a una sfera pubblica anonima evidentemente enorme; rilevamento della disponibilità a far uso di (auto)adesivi, distintivi o altri simboli pubblicamente visibili. Un'ulteriore domanda indiretta: "Di recente qualcuno Le ha parlato a proposito del tema XY?". Se sì, "Qual è la Sua Opinione", nella ricerca elettorale rispettivamente usato come test per misurare l'attività della base del partito nella campagna elet-

torale (“Qualcuno Le ha parlato di come dovrebbe votare?”. Se sì, “Per quale partito?”).

È importante, nel rilevamento della disponibilità a parlare, controllare contestualmente le variabili sesso, fascia sociale ed età, poiché queste caratteristiche personali influenzano sostanzialmente la disponibilità dell'individuo a parlare.

– Strumenti per il rilevamento empirico del clima d'opinione:

Il clima d'opinione su un determinato tema dalle implicazioni morali o su una certa persona viene determinato empiricamente con la seguente domanda: “Cosa pensa la maggioranza?” – “La maggior parte delle persone è a favore o contro?” – “La maggioranza ha una buona o cattiva opinione di...?”. Queste domande vengono variate inoltre per la situazione attuale, futura e passata; le migliori prestazioni in termini predittivi sullo sviluppo futuro delle distribuzioni delle opinioni è in questo caso soprattutto l'aspettativa per il futuro. Inoltre: “Cosa è in, cosa è out?” o “Cosa guadagna terreno, cosa ne perde?” (presentazione di una lista di item).

Le perdite e le rimonte di uno schieramento vengono percepite correttamente a livello collettivo, indipendentemente dalla propria posizione personale. Come esempio si può citare lo sviluppo delle opinioni sull'aborto in Germania dal 1972 al 1988 e le valutazioni del clima d'opinione sui sostenitori e gli oppositori di una semplificazione dell'interruzione di gravidanza. Anche sul tema della pena di morte fu mostrato, poco dopo l'introduzione del concetto di spirale del silenzio, che la *variazione* del clima d'opinione viene percepita indipendentemente dalla propria posizione al riguardo.

Quali condizioni al margine devono essere rispettate prima di poter dare inizio a un caso di studio empirico sul processo sociopsicologico di opinione pubblica?

Il tema prescelto deve possedere innanzitutto due caratteristiche: deve essere attuale e venire discusso pubbli-

camente in modo controverso; in secondo luogo deve presentare una carica morale, deve essere di fondamentale importanza. Come terza condizione si richiede che il punto di vista dei mass media su questo tema venga quantitativamente rilevato, per poter prendere in considerazione questo fattore di influenza nell'analisi.

Prima condizione: attualità.

L'attualità di un tema nella ricerca elettorale viene rilevata con la seguente domanda: "Nella campagna elettorale si parla sempre di tutto e di più. Però il più delle volte ci sono dei temi in particolare che stanno in primo piano. Guardando questa lista potrebbe dirmi di quali punti attualmente si parla molto?"

Più spesso un tema viene citato dagli intervistati come tema frequentemente trattato, più esso è attuale – in questo caso la campagna elettorale.

Si raccomanda di scegliere sempre per i casi di studio un tema il più possibile "fresco", che ha preso piede di recente nella discussione pubblica, in modo da poter rilevare tutti gli stadi del processo di opinione pubblica (in particolare lo stadio precoce e quello tardo) e determinare l'opinione della popolazione già prima del momento in cui l'effetto dei media investe l'intera popolazione attraverso la comunicazione interpersonale e non esistono più differenze di opinione fra intervistati dall'elevato o dal ridotto consumo mediale.

Seconda condizione: carica morale o estetica

È importante tener conto del fatto che l'opinione pubblica ha sempre una componente irrazionale, moralmente carica, ha sempre un valore morale o anche estetico. Chi la pensa diversamente non è stupido, è malvagio. Dall'elemento morale l'opinione pubblica trae la sua forza, la sua minaccia d'isolamento. Non si può mettere in moto l'opinione pubblica senza una motivazione morale, o, altrimenti detto, senza una motivazione morale non si può o si può solo con grandi difficoltà affermare la politica, dunque non senza l'aiuto dell'opinione pubblica.

Su questioni razionali c'è poco pericolo d'isolarsi, perciò si parla solo di temi in cui i valori sono discussi, controversi.

La carica morale di un tema viene rilevata empiricamente con la seguente domanda:

Ci sono cose su cui, fra amici, si può dissentire. Alle volte si può arrivare al punto di litigare impetuosamente fino a rompere delle amicizie. Su questi cartoncini abbiamo riportato diverse situazioni. In quali di queste direbbe che si tratta davvero di questioni controverse su cui persino degli amici possono litigare pesantemente?

Qui può essere impiegato anche il test delle grida di disapprovazione citato sopra, che dà informazioni sulla forza della minaccia d'isolamento.

Terza condizione: identificazione del punto di vista dei mass media

Il punto di vista dei mass media su una questione viene stabilito con il metodo dell'analisi empirica quantitativa del contenuto. Il tono dei media risulta in questo caso dall'analisi dello spettro destra-sinistra su cui i singoli media esaminati si collocano a seconda della loro posizione politica.

È particolarmente rilevante la posizione dei media predominanti, dei media leader d'opinione che vengono spesso citati dagli altri media e di cui i politici tengono conto.

Solo quando si danno tutte e tre le condizioni è garantito che si sta studiando un caso al quale sono applicabili le ipotesi sul funzionamento dell'opinione pubblica secondo il concetto sociopsicologico.

Come deve essere un programma minimale che permetta l'analisi di casi di studio sulla formazione dell'opinione pubblica?

Per analizzare un processo d'opinione pubblica e poter fare pronostici sul suo svolgimento, si devono raccogliere

le seguenti sei informazioni tramite i sondaggi e l'analisi dei contenuti mediali:

1. I rapporti di maggioranza nella mentalità della popolazione.
2. La valutazione del clima d'opinione: "Come la pensa la maggioranza?"
3. Aspettative future di successo: quale schieramento vincerà? Quale perderà?
4. Disponibilità a dichiararsi (disponibilità a parlare) in situazioni pubbliche.
5. Grado di emozionalizzazione del tema, carica valoriale (carica morale).
6. Intensità e direzione della trattazione del tema nei media predominanti.

Quando si riesce a raccogliere tutte queste informazioni su un tema, è possibile fare delle buone previsioni sullo sviluppo dell'opinione pubblica. Queste previsioni vanno ampiamente al di là delle tradizionali analisi condotte su dati di sondaggio, che si basano solo sulle distribuzioni delle opinioni individualmente rilevate nella popolazione.

Nei sondaggi si rileveranno inoltre il consumo mediale degli intervistati (utilizzo quotidiano e grado d'intensità del contatto coi media: per esempio consumo televisivo elevato: più di due ore al giorno; consumo televisivo ridotto: meno di due ore al giorno), l'interesse personale per la politica, la posizione politica (sinistra-destra) e il grado di coinvolgimento personale sul tema analizzato, in modo da poter controllare queste variabili di disturbo nell'istituire dei nessi fra il tono dei media e l'opinione pubblica.

Quali conclusioni e prospettive emergono dalla concezione sociopsicologica dell'opinione pubblica per il successivo lavoro scientifico?

Dalla teoria sociopsicologica dell'opinione pubblica emergono dapprima delle conclusioni per la ricerca di son-

daggio stessa, che ha dato spunto a questa teoria e ne ha permesso la verifica empirica. Al repertorio di domande di allora, che si riferivano alla situazione *individuale* – fatti, modelli di comportamento, opinioni, motivazioni – si aggiunge un nuovo tipo di domande riguardanti la natura sociale dell'individuo: le osservazioni dell'individuo sulla minaccia d'isolamento e sul timore dell'isolamento, le valutazioni quasi-statistiche del passato, del presente e del futuro, la tematizzazione e il clima d'opinione, modelli di comportamento dell'individuo nella sfera pubblica, davanti al "public eye".

Le conclusioni per il lavoro scientifico in senso più ampio consistono nell'applicazione e nella verifica della teoria:

nelle scienze politiche, per esempio, nella teoria democratica. Da essa potrebbe emergere una nuova valutazione della pressione dell'opinione pubblica operata dalla classe dirigente. La teoria promette di essere particolarmente feconda nell'applicazione alla ricerca elettorale. Un settore ancora mai toccato, l'analisi del ruolo dell'opinione pubblica nei sistemi totalitari, potrebbe con questa teoria aprirsi all'elaborazione;

nella psicologia sociale, per esempio in ricerche sulla tolleranza e l'aggressione nei confronti delle minoranze e degli stranieri; teoria dei leader d'opinione; ricerca sugli stereotipi;

in sociologia, per esempio nell'analisi delle società a seconda del grado d'integrazione e in situazioni di pericolo per l'integrazione, come stati di crisi (guerra);

in storiografia, per esempio nell'indagine del rapporto di grandi sovrani con l'opinione pubblica o nell'analisi delle rivoluzioni;

nella ricerca sulle comunicazioni per la ricerca sugli effetti dei mass media e della propaganda;

in giurisprudenza nell'analisi della relazione fra opinione pubblica e diritto;

in linguistica, in particolare nella retorica e in scienza della letteratura;

in teologia e filosofia, per esempio nella dottrina morale, nella quale le azioni che scaturiscono dalla natura sociale dell'uomo vengono valutate diversamente da come fatto finora.

Oltre a ciò si delinea il compito di collegare diverse teorie sociologiche sviluppatasi in questo secolo alla teoria dell'opinione pubblica. Si pensi soprattutto alla teoria dei gruppi di riferimento, alla "Theory of Rational Choice or Collective Action", alla dinamica dei gruppi e alle teorie del conformismo, o alla teoria dell'interazionismo simbolico.

Molto tempo prima della ricerca, la prassi politica ha colto le possibilità di applicazione della teoria della spirale del silenzio. Così Conradt descrisse nel suo resoconto sulle elezioni parlamentari del 1976 come già tre anni dopo la prima pubblicazione della teoria, gli strateghi della campagna elettorale ne impiegassero la conoscenza praticamente per combattere una spirale del silenzio.

La conseguenza più persistente della teoria però consiste forse nell'aver risvegliato la comprensione della doppia natura dell'uomo che vive nella costante tensione fra l'essere individuale e la natura sociale.

* Da Noelle-Neumann 1984. Sulla base di testi di Elisabeth Noelle-Neumann raccolti da Anne Jäckel Niedermann.

¹ Krüger 1877, p. 415/XXXIII (XXXII), 2.

² Il concetto di "spirale del silenzio" compare per la prima volta – accanto alle denominazioni "modello a spirale", "processo a spirale" e "ipotesi del silenzio" – in una pubblicazione del 1973: Noelle-Neumann 1973a, pp. 26-55.