

L'INTERVISTA

De Rita: "Italiani delusi votano chi è di moda"

FLAVIA AMABILE

«Gli italiani sono un popolo di casalinghi, schiavi della televisione e delle opinioni veicolate attraverso social e mass media», sottolinea Giuseppe De Rita, sociologo, fra i fondatori del Censis. «Nessun politico della Dc si è basato sull'opinione quando si è trattato di creare l'Ue oppure di prendere altre decisioni di peso», spiega. - PAGINA 8

L'INTERVISTA

Giuseppe De Rita

"Italiani popolo di casalinghe e guardoni Votano il politico di moda imposto dalla tv"

Il sociologo e il sondaggio Ghisleri: "L'opinione governa il Paese, i politici scelgono in base ai desideri. I cittadini sono sempre più trascinati dai flussi di pensiero esterni e non dalla realtà della vita"

FLAVIA AMABILE
ROMA

Gli italiani sono un popolo di casalinghi, schiavi della televisione e delle opinioni veicolate attraverso social e mass media, sostiene Giuseppe De Rita, sociologo, fra i fondatori del Censis.

Secondo l'analisi di Alessandra Ghisleri un elettore su 2 di Giorgia Meloni si dichiara poco o per nulla soddisfatto della situazione italiana. E pure nella Lega non va molto meglio mentre tra chi ha votato Forza Italia la soddisfazione sale all'80%.

«Dati che possono essere delle reazioni legati alle appartenenze politiche. Il dato che più colpisce dell'analisi è un altro».

Quale?

«Quasi il 70% si dichiara soddisfatto della propria vita e solo il 23% appare soddisfatto di come vanno le cose in Italia».

Da che cosa dipende?

«Da come si legge la realtà. Se la si prende in considerazione in termini soggettivi, nella veste di attori protagonisti, si è portati a pensare che va tutto bene perché si ha una bella ca-

sa, dotata di tutte le comodità. Se invece si deve parlare della situazione generale, da attori si diventa spettatori e questo sposta la percezione sulle onde dell'opinione quindi si finisce per essere influenzati dal peso esercitato dai social, dai mass media, dagli amici».

Quindi anche chi non ha motivi per lamentarsi finisce per essere condizionato da un'atmosfera di pessimismo generale?

«L'ultimo rapporto Censis-Auditel mostra come stia aumentando la casalinghità della società italiana. Gli italiani vivono in un appartamento ben attrezzato con dei salotti che assomigliano sempre di più a sale cinematografiche con schermi di oltre 50 pollici. Hanno la possibilità e la voglia di vedere tutto al meglio e quindi stanno bene in una dimensione di casalingo medio. È così che si formano il giudizio sul mondo esterno, attraverso quello che hanno visto con il televisore con uno schermo di oltre 50 pollici, dotato della migliore tecnologia possibile».

Vuol dire che quella italiana è una società di casalinghi,

sempre più individualisti?

«La dimensione della soggettività è in aumento dagli anni Settanta. Gli italiani sono sempre di più dei casalinghi guardoni, soggetti ai flussi di opinione esterni. Per questo il modo in cui viene loro descritto il Covid, l'Ucraina o l'inflazione li colpisce particolarmente».

Quindi non solo una società di casalinghi, sempre più individualisti, ma anche alla mercé di social e mass media?

«Viviamo sull'onda dell'opinione del giorno. In base a quello che ascoltiamo possiamo essere pessimisti o sostenere personaggi politici. È l'opinione che traina, non la realtà. È una tragedia nel mio mestiere perché puoi fare analisi su analisi ma quando poi arriva l'onda di opinione sei spiazzato, non puoi fare alcuna verifica strutturale e non resta che accompagnare il chiacchiericcio generale».

E una tendenza pericolosa, soprattutto quando si votano politici sull'onda dell'opinione e non in base alla concretezza delle proposte.

«È il problema di questo Pae-

se. Tutti i cambiamenti politici degli ultimi anni sono avvenuti sulla base dell'onda dell'opinione. Da Berlusconi a Grillo, Salvini e ora Meloni non ci troviamo di fronte a rivoluzioni politiche ma alla capacità di singoli di gestire le onde. Silvio Berlusconi aveva i mezzi e li usava, Giorgia Meloni è stata molto abile a creare un tam tam a partire dal libro "Io sono Giorgia" fino a conquistare il potere».

Si vota il politico di moda e non quello che è effettivamente più capace?

«Gli italiani dicono mi piace Meloni e non Salvini ma non sono in grado di valutare, per esempio, quanto Meloni possa incidere sul loro conto corrente o sul loro lavoro. Hanno un'opinione politica generica e seguono le onde al contrario di quanto accadeva in passato. Nessun politico della Dc si è basato sull'opinione quando si è trattato di creare l'Ue o di prendere altre decisioni di peso. Oggi invece se il politico si rende conto che una scelta può provocare un calo nei sondaggi si spaventa. È l'opinione che governa il



Paese. A questo processo contribuiscono i mass media creando loro stessi un'onda di opinione su un argomenti per settimane e poi passando all'onda successiva quando

cala l'interesse. Anche noi che creiamo cultura collettiva dovremmo farci un esame di coscienza: andando avanti così resta il nulla». **Dobbiamo immaginare il fu-**

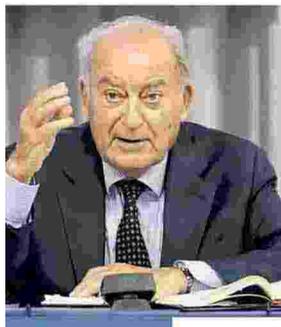
turo con gli italiani chiusi nelle loro splendide case con enormi televisori e fuori un panorama di macerie?

«Magari fossero macerie. Sa-

rebbe la base per poter costruire di nuovo. Invece qui è stato distrutto qualcosa che si è autoconsumato lasciando un vuoto intorno».—

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Su La Stampa



Tutti individualisti
 Per De Rita «la dimensione della soggettività è in aumento dagli anni Settanta»

Su *La Stampa* di ieri il sondaggio di Alessandra Ghisleri sulla soddisfazione degli italiani a titolo «Gli elettori di Meloni delusi dall'Italia. Un Paese disincantato ma felice della vita»

“

La visione

Oggi si vive in case attrezzate da sale cinematografiche. Così pretendono di vedere tutto "bello"

Le elezioni

L'onda di opinione governa tutto anche in politica. Da anni si vota chi sa gestirla meglio



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

038820