

La tirannia della maggioranza

di Viviana Di Giovinazzo

Filosofi politici, sociologi ed economisti spiegano come anche la democrazia possa degenerare in despotismi e generare populismi.

Le insidie della democrazia

All'indomani di quelle rivoluzioni che posero fine alle monarchie assolute, diversi filosofi politici avvertirono il rischio che le neonate democrazie potessero trasformarsi in nuovi despotismi nel momento in cui le maggioranze al potere, seppur legittimamente elette, in virtù del loro peso potessero schiacciare diritti e libertà di singoli e minoranze.

Tale inconveniente del sistema democratico, generalmente definito **“tirannia della maggioranza”**, a indicare il tratto dittoriale che le masse possono assumere in uno Stato liberale, fu sollevato per la prima volta da **Alexis de Tocqueville** in *Democrazia in America* (1835). Questo saggio, scritto dal giurista francese al ritorno del suo viaggio volto a osservare la realtà politica statunitense, isola alcune caratteristiche peculiari all’origine di tale fenomeno:

1. la convinzione generale che la **saggezza** risieda in molti individui, ovvero nella quantità, piuttosto che nella qualità dei legislatori;
 2. il supporto della maggioranza al potere da parte di un'opinione pubblica che non fa valere le proprie opinioni attraverso la **discussione ragionata**, ma la impone al singolo individuo;
 3. la mancanza di **spirito critico** da parte dell'individuo stesso.

Concluse de Tocqueville: «ciò che mi ripugna di più in America non è l'estrema libertà che vi regna, ma la scarsa garanzia che vi è contro la tirannide».

Qualche anno più tardi, il problema della tirannia della maggioranza fu ripreso da **John Stuart Mill**: Mill si dedicò alla questione proprio dopo aver letto *Democrazia in America*. Come già aveva fatto Tocqueville, anche Mill osservò che la volontà della maggioranza, benché espressa tramite i processi elettorali, una volta al potere può facilmente trasformarsi in tiranna, con l'approvazione di leggi che ledono i diritti delle minoranze e dei singoli individui. Secondo Mill ciò avviene a causa di un cambiamento culturale intrinseco agli Stati liberali, che ha **spodestato le aristocrazie intellettuali** e, in virtù del suffragio universale, ha **assegnato il potere di decidere ugualmente a ogni individuo**. Come egli scrisse nel saggio *Sulla libertà* (1859), il vuoto lasciato dal principio di autorità viene riempito dall'**opinione comune**, che consiste in «una specie di gigantesca pressione dello spirito di tutti sull'intelligenza di ciascuno». Secondo Mill, dunque, l'individuo non si trova più a doversi tutelare solo nei confronti dell'«autocrazia di un despota ma anche a doversi proteggere dalla tirannia dell'opinione e del sentimento dominanti».

Condizionamento delle masse e tirannia: dalla politica all'economia

Nel corso del Novecento, diversi critici sociali, sia europei che americani (vedi la Scuola di Francoforte, David Riesman, Charles Wright Mills; José Ortega y Gasset) indicarono le masse quali responsabili ultime della nascita dei più feroci totalitarismi del secolo, proprio a causa della loro facile manipolabilità. **Karl Mannheim** (1940), in particolare, individuò il problema nella **scomparsa della fase della discussione che precede il voto in democrazia** e nell'**irrazionalità delle masse**.

Alla fine della Seconda Guerra Mondiale, quando il boom economico diresse l'attenzione generale verso i consumi di massa, anche gli **economisti** iniziarono a occuparsi del fenomeno della tirannia della maggioranza. Scettici di una teoria del comportamento del consumatore che lo supponeva perfettamente razionale e sovrano sul mercato, questi lo additarono quale causa ultima del malfunzionamento dei mercati. L'economista canadese **John Kenneth Galbraith** (*La società opulenta*, 1958), per esempio, affermava che **le masse erano facile preda della pubblicità**, asservita ai profitti dei produttori, e contribuivano alla formazione dei monopoli. Secondo l'architetto e critico sociale **Bernard Rudofsky**, proprio la moda veicolata dalla pubblicità contribuisce a formare conformismi in politica. Rudofsky afferma in *Are Clothes Modern?* (1947) che: «il predominio della moda effimera e promossa commercialmente non è limitato all'abbigliamento, oggi pervade quasi ogni momento della vita. Determina il nostro ambiente domestico, dall'altezza del tetto alla forma del

posacenere. Colora letteralmente tutte le tendenze politiche. Sotto il bombardamento della pubblicità commerciale, musica, scultura e arti culinarie, gusti musicali, voghe artistiche, abitudini alimentari, sono convenientemente rimodellati secondo un **unico amorfо denominatore: la moda del giorno**».

Il filosofo politico ed economista francese **Bertrand de Jouvenel** si spinse oltre: egli ritenne che il **meccanismo concorrenziale** stesso sul quale poggiava il capitalismo moderno fosse in realtà **illiberale**. Orientare la produzione sulla base delle preferenze della massa dei consumatori, seppur più economico e proficuo per i produttori (in quanto questi ultimi potevano sfruttare le economie di scala), avrebbe comportato una **riduzione delle possibilità di scelta** della minoranza di consumatori e, di conseguenza, avrebbe lasciate insoddisfatte le loro preferenze. De Jouvenel mostrò le sue ragioni a critica del principio economico delle preferenze rivelate quale valido indicatore delle preferenze dei consumatori attraverso un esempio quasi paradossale. Si immagini, propose l'economista, un mondo in cui d'improvviso inizino a circolare sul mercato solo libri scritti in russo, per cui, non leggendo cirillico, anche un intellettuale (come de Jouvenel), si trovi a non potere acquistare più libri. Si deve perciò dedurre che al malcapitato non piaccia leggere? Si immagini ancora che l'intellettuale, volendo continuare a leggere, decida di investire tempo ed energie per imparare il russo. Trovando difficili i libri impegnati si dedicherà allora in principio ai fumetti, andando così a rinforzare l'"evidenza" che alle persone piacciono i fumetti. Basandosi sulle preferenze rivelate dai consumatori attraverso le loro decisioni di spesa, i produttori aumenteranno la produzione di fumetti, cessando quella dei libri impegnati, lasciando ora insoddisfatta, proprio come Jouvenel, anche quella minoranza colta di lettori che legge il russo. De Jouvenel concluse affermando che: «we live in majority societies where beautiful things will be wiped out unless the majority appreciates them» [viviamo in società "della maggioranza", nelle quali la bellezza verrà spazzata via a meno che la maggioranza non la apprezzi] (*Toward a political Theory of education*, 1964).

Minoranze qualificate per rompere lo *status quo*

Come Bertrand de Jouvenel, anche **Tibor Scitovsky** scorse tratti dispotici proprio in quell'economia di libero mercato che, durante la Guerra Fredda, molti suoi colleghi americani (per esempio Milton Friedman, *Capitalismo e libertà*, 1962) ritenevano l'antidoto più potente contro la minaccia del comunismo. In *On the Principle of Consumer Sovereignty* (1962), anche Scitovsky attaccò il principio della sovranità del consumatore, cardine della teoria standard dell'economia, ritenendolo mal posto. Tutt'altro che sovrano, secondo Scitovsky, il consumatore (americano) è **inesperto e ignorante della qualità dei prodotti**. Troppo facilmente **influenzabile** dalla pubblicità e dalle scelte di consumo altrui, questi favorisce la formazione di monopoli. Sfruttando il sistema di produzione massificata, questi ultimi, a loro volta, saturano il mercato di prodotti omogenei e standardizzati, lasciando insoddisfatta proprio quella **minoranza qualificata** di consumatori più esigenti, i cui gusti avrebbero potuto guidare la società verso scelte di consumo più vantaggiose.

In ambito sociologico, **Erich Fromm** (*I cosiddetti sani*, 1956) spiega l'effetto distorsivo sulla democrazia della tirannia della maggioranza rivisitando il racconto di fantascienza *Il paese dei ciechi* (1904) di H.G. Wells. Nella storia, il protagonista, uno scalatore di montagne, si perde in una valle isolata dal resto del mondo dove vive una tribù di persone geneticamente cieche. Gli indigeni accolgono di buon grado il malcapitato. Tocandolo in volto, tuttavia, sono incuriositi da quelle due strane fessure orbitali sopra il naso, ritenendole responsabili di una malattia cerebrale che induce lo straniero a “vedere” cose che nessun altro vede. Benché ciò faccia dello straniero un “diverso”, essi lo accettano nella loro società. Caso vuole, però, che il protagonista si innamori della figlia del capo tribù, il quale acconsente a darla lui in moglie a patto che questi si conformi al resto della tribù consentendo di farsi rimuovere i bulbi oculari, ritenuti responsabili delle sue stranezze comportamentali. Di primo acchito, il malcapitato accetta, ma la notte prima delle nozze fugge dal villaggio arrampicandosi su quelle montagne dalle quali era venuto. Lo straniero, per Fromm, rappresenta quella minoranza di persone che, proprio in virtù della loro introspezione, potrebbero rompere lo *status quo* di una maggioranza al potere, ma rimangono schiacciate dal **peso dei conformismi** di un’opinione pubblica cieca a ogni ipotesi alternativa.

Conclusioni

I citati filosofi politici, economisti e sociologi convergono tutti nel ritenere che, sia in politica che sul mercato, per risolvere il problema della tirannia della maggioranza sia necessario un **sistema di valori** analogo a quello proprio delle **aristocrazie intellettuali** cui Mill faceva riferimento, oggi rappresentate da studiosi ed esperti in

ambito umanistico, scientifico e tecnico. Lo studio delle materie umanistiche in particolare è individuato come necessario per sviluppare quello spirito critico che, da una parte, **anima la discussione ragionata** precedente la fase del voto e, dall'altra, **emancipa dall'opinione comune**. “Esercizio della ragione pubblica” e “governo attraverso la discussione” sono gli strumenti che John Rawls (filosofo) e James Buchanan (premio Nobel per l'economia 1986 per il suo lavoro sulla Teoria della scelta pubblica), hanno più recentemente individuato per conservare la virtuosità del meccanismo democratico.

Ad ogni modo, lungi dall'essere risolto, i politologi (vedi Nadia Urbinati, *Io, il popolo. Come il populismo trasforma la democrazia*, 2020) ritengono che il problema dei **dispotismi di massa** affligga anche la società contemporanea e lo individuano nel fenomeno dei **populismi**: atteggiamenti politici che enfatizzano i diritti del popolo utilizzando strategie demagogiche volte a screditare un'élite (politica, economica, culturale) ritenuta corrotta.

Come, in epoca liberale, Tocqueville e Mill vedevano la degenerazione della democrazia nella pressione dell'opinione pubblica, nell'epoca digitale i critici odierni la scorgono nella tirannia dell'*audience*.