

## Filosofia della Comunicazione

### Spazio e comunicazione

#### 1. Introduzione

Lo spazio visto come dimensione comunicativa era stato il tema del corso “Geografia della Comunicazione” che il prof. Franco Farinelli tenne nel 2003 all’Università di Bologna. Alla fine del percorso di studi triennale ho affrontato i concetti di democrazia e verità (e di *etica del discorso*) così come li aveva formulati Habermas in funzione del sistema mass-mediale e dell’arena politica. In quella occasione non avevo utilizzato l’opera più conosciuta del filosofo tedesco: *Storia e critica dell’opinione pubblica*. Noto tuttavia che in questa celebre opera ci sono tutte le premesse per lo sviluppo delle teorie successive di Habermas, come viene riconosciuto dallo stesso autore nella prefazione alla nuova edizione del 1990<sup>1</sup>.

Il problema dello spazio nel contesto comunicativo viene posto da Volli<sup>2</sup> come uno dei punti fondanti della sua Filosofia della Comunicazione. Il capitolo “Ambienti comunicativi” indaga il contesto e lo spazio in cui si colloca l’atto del comunicare, spazio o contesto che assumono una certa struttura (o *forma*) in seguito a determinate regole sociali che a loro volta derivano dal nostro modo di concepire e modificare il mondo. Uno spazio, tra l’altro, dove si collocano interlocutori distinti tra di loro ma non isolati. E sarebbe proprio questo il senso della comunicazione: il mettere in comune rompendo l’isolamento della soggettività e instaurando una relazione con l’esterno, cioè con l’altro (o gli altri).

Il tema è naturalmente troppo articolato, il campo di indagine che mi interessa maggiormente è legato al problema politico della sfera pubblica, della sua origine concettuale e della sua definizione soprattutto in quanto aspetti legati al nostro tempo, alla società in cui viviamo che spesso viene definita “Società dell’informazione”<sup>3</sup> (Castells 1996, Himanen 2001).

---

<sup>1</sup> Habermas J., *Storia e critica dell’opinione pubblica*, Roma-Bari, Editori Laterza, 2002, p.VIII.

<sup>2</sup> Volli U., *Lezioni di Filosofia della comunicazione*, Roma-Bari, Editori Laterza, 2008.

<sup>3</sup> Adotto questa definizione pur non condividendo la tesi degli autori che vedono in questa un nuovo paradigma sociale.

## 2. Sfere, cerchi o aree?

Il problema sembrerebbe ozioso se non nascondesse dei risvolti ontologici. Il concetto di sfera per Volli appare inappropriato, perché considerando le situazioni comunicative più comuni la forma più adeguata a descriverle sarebbe, in relazione al numero dei partecipanti, quella del cerchio o dell'ellisse.<sup>4</sup> Questo ha indubbiamente senso, ma ritengo più adeguato il concetto di sfera quando questa si riferisce al sistema più generale che regola gli scambi comunicativi nella citata Società dell'Informazione. Caratteristica fondamentale di questa società è il suo impianto reticolare che si estende sulla superficie terrestre e che può possedere nodi più o meno sviluppati ma non un vero e proprio centro. Farinelli ricorda che la superficie di una sfera non può avere centri, proprio al contrario del cerchio. Sempre nella Prefazione alla nuova edizione, Habermas parla di una *sfera pubblica policentrica*<sup>5</sup>: ridefinendo le conclusioni della sua opera giovanile cita espressamente Bobbio, presumibilmente riferendosi all'idea del realizzare la democrazia in ogni ambito della vita pubblica.

Farinelli, in un modo analogo ad Arendt, individua la genesi di questo concetto di globalità priva di centro in un lungo processo storico di "allargamento della superficie terrestre", un processo che scaturisce dall'imporsi della civiltà mediterranea sul mondo, dalla sete di scoperte geografiche e dalle concezioni del mondo che trovano il proprio limite nella stessa estensione (sferica e perciò finita) della superficie terrestre: «*Un globo di cui [l'uomo, ndr] conosce il profilo maestoso e la dettagliata superficie come conosce le linee del palmo della sua mano.*»<sup>6</sup>. Da questo punto di vista, quella che oggi chiamiamo «*globalizzazione*» è qualcosa che va intesa alla lettera (Farinelli, 2003).

Volli evita questo approccio proprio perché «*tradisce l'intenzione metaforica*» del termine "sfera" nel modo in cui viene utilizzato nel saggio. Quindi si adottano i termini "ambiente" o "area" per riferirsi al contesto comunicativo. Da questo punto di vista il concetto di ambiente è adeguato se si considera letteralmente ciò che ci circonda, e questo vale anche nel momento in cui entriamo in uno spazio

---

<sup>4</sup> A lezione si faceva l'esempio dei cerchi formati da giovani che si riuniscono in piazza come avviene in alcune città universitarie. Nel testo: Volli U., *Lezioni di Filosofia della comunicazione*, Roma-Bari, Editori Laterza, 2008, p.22; p.28.

<sup>5</sup> Habermas J., *Storia e critica dell'opinione pubblica*, Roma-Bari, Editori Laterza, 2002, p. XXVI

<sup>6</sup> Arendt H., *Vita Activa. La condizione umana*, Milano, Bompiani, 2006, p. 184

discorsivo, sia esso costituito da una chiacchierata con un amico o da un'assemblea pubblica.

Anche per quanto riguarda la comunicazione telematica (citata fra i vari esempi) il concetto di ambiente si adatta bene, nonostante ritengo più opportuno usarlo metaforicamente quando parliamo di *forum* e *stanze*.

«Gli ambienti comunicativi si collocano naturalmente nello spazio. L'interlocuzione avviene sempre fra soggetti compresenti nello spazio, l'uno esterno all'altro, sistemati in un certo modo»<sup>7</sup>

Secondo Farinelli, che in questo è accostabile ad Arendt, lo spazio<sup>8</sup> è già in qualche modo un manufatto o, più precisamente, una misura atta a stabilire un contatto fra due punti (uno esterno all'altro come dice Volli) collocati sulla superficie della Terra.

L'interlocuzione è possibile proprio perché un luogo viene trasformato in spazio, il "certo modo" in cui gli interlocutori sono sistemati dipende da come lo spazio viene gestito, ovvero da come esso si presenta in un contesto comunicativo. La collocazione spaziale degli interlocutori può dare subito un'idea delle gerarchie, può essere l'impronta di un modello culturale, ma può anche ridursi all'uso del puro linguaggio, permettendo di far comunicare persone più o meno distanti in modo più o meno mediato.

Anche il tempo è una dimensione importante nella comunicazione, e non solo per quanto riguarda l'ordine degli interventi o la punteggiatura in un ambito di co-presenza, ma anche per quanto riguarda la comunicazione asincrona (postale, telefonica o informatizzata che sia). Il tempo è la dimensione che contribuisce alla contrazione dello spazio, contrazione che misuriamo come *velocità*.

Se invece si vuole capire quale relazione ci sia tra la struttura degli ambienti comunicativi in cui ci collochiamo, il concetto politico di sfera pubblica e le forme che assumono gli spazi comunicativi anche in base a questa, si nota che tutti gli autori, in un modo o nell'altro, risalgono all'*agorà*, che è il *centro* cittadino della *polis* e il luogo privilegiato per le decisioni politiche e gli affari.

<sup>7</sup> Volli U., *Lezioni di Filosofia della comunicazione*, Roma-Bari, Editori Laterza, 2008, p.27

<sup>8</sup> "Spazio è una parola che deriva dal greco *stàdion*. Per gli antichi greci lo *stadio* era l'unità di misura delle distanze." Farinelli F., *Geografia. Un'introduzione ai modelli del mondo*, Torino, Einaudi, 2003, p.11

### 3. L'agorà all'origine del modello di sfera pubblica.

Il modello dell'agorà viene fatto risalire alla tradizione dell'assemblea di guerrieri: gli eroi, al ritorno in patria sono riuniti in cerchio attorno al bottino da dividere. Farinelli (2003) sostiene che la disposizione in cerchio ha le sue ragioni in una forma di uguaglianza, e che la dimensione del cerchio è limitata al punto in cui ciò che vi è in mezzo può essere usufruito da tutti. Possiamo pensare all'efficace immagine di persone che condividono il calore di un fuoco: vi siedono attorno affinché ciascuno abbia una parte di tepore equamente condivisa con gli altri.

Arendt illustra come questa uguaglianza non coincida con il concetto moderno che connota oggi il termine. La cittadinanza non era estesa a tutti gli uomini, ma solo agli uomini liberi:

«Essere liberi voleva dire essere liberi dalla disuguaglianza connessa a ogni tipo di dominio e muoversi in una sfera dove non si doveva governare né essere governati».<sup>9</sup>

Nella democrazia partecipativa online, questa coincide con l'aveere o meno una connessione.

L'ambito del politico, unico ambito dove poteva esercitarsi la libertà, era costituito da cittadini affrancati dall'attività produttiva.

Allo stesso tempo ogni cittadino era tale per via del suo dominio privato. In ambito domestico *«gli uomini vivevano insieme perché spinti dai loro bisogni e dalla loro necessità»*<sup>10</sup> e i rapporti all'interno delle mura domestiche erano rigidamente gerarchici. Essere padrone delle proprie necessità di vita, essere in sostanza un capo-famiglia, è elemento costituente della sfera pubblica nella polis.

«...non è del tutto esatto dire che la proprietà privata, prima dell'età moderna, fosse considerata una condizione immediata per l'ammissione alla sfera pubblica; era molto più di questo. La sfera privata era simile all'altra, era il lato oscuro e nascosto della sfera pubblica, e mentre essere politico significava conseguire le più alte possibilità dell'esistenza umana, non avere un proprio posto privato (come uno schiavo) significava non essere più umani.»<sup>11</sup>

<sup>9</sup> Arendt H., *Vita Activa. La condizione umana*, Milano, Bompiani, 2006, p.24.

<sup>10</sup> Arendt H., *Vita Activa. La condizione umana*, Milano, Bompiani, 2006, p.22-23.

<sup>11</sup> Arendt H., *Vita Activa. La condizione umana*, Milano, Bompiani, 2006, p.47.

Partecipare alla vita pubblica, dedicarsi agli affari comuni, era un'attività considerata del tutto estranea alla cura degli affari privati, ovvero di quelle attività materiali legate alla soddisfazione dei bisogni biologici o alla produzione di manufatti. Mentre nel mondo borghese la sfera pubblica esiste come sfera di "privati riuniti in pubblico" (Habermas, 1962) e quindi di privati interessati a coordinare i propri affari, nel mondo greco l'economia è, fedelmente alla sua etimologia, cura degli affari domestici. Nondimeno il dominio privato è presupposto, come si è visto, per l'accesso alla sfera pubblica.

Con l'avvento e lo sviluppo del mercantilismo, l'attività economica privata supera i confini della sfera domestica per diventare interesse pubblico. Questo processo sarebbe connaturato all'estensione dei mercati, e anzi gli autori individuano nel mercato di scambio una dimensione pubblica del tutto nuova. Si tratta di una sfera mediata dalle merci che appartiene ai borghesi in qualità di produttori o mercanti. La rivendicazione politica nell'epoca moderna sta nella pretesa di fare dell'economia privata l'interesse generale della società (che storicamente, in questa fase, assume la forma di Stato-nazione).

#### **4. Pubblico, privato, sociale. Un esempio su tutti: la comunicazione**

Ripercorrendo il ragionamento della Arendt, Habermas distingue la sfera del sociale dalla sfera pubblica. Per Arendt la distinzione serve a spiegare con rigore l'evoluzione del concetto di *politico* e *sociale* nella storia del pensiero politico da Tommaso d'Acquino fino all'età Moderna. In politica, invece «*l'avvento del sociale coincide storicamente con la trasformazione della cura privata per la proprietà privata in una preoccupazione pubblica.*»<sup>12</sup>. Per Habermas il sociale è riferibile alla sfera dei privati inizialmente riuniti in pubblico. Non si tratta ancora di una sfera pubblica, ma di un pubblico di borghesi che nel tempo definiranno la propria sfera, imponendo i propri interessi privati all'interesse generale.

Lo stesso processo si registra per l'altro bene primario della società protocapitalistica con il quale alcuni sociologi definiscono oggi il modello della nostra società: l'informazione. Non è facile stabilire se la stampa abbia fatto da volano all'economia capitalista o se sia stato il contrario, ma da qualunque parte

---

<sup>12</sup> Arendt H., *Vita Activa. La condizione umana*, Milano, Bompiani, 2006, p.49.

si prenda il problema, l'informazione viene scambiata e acquisendo sempre più valore diviene essa stessa merce.

La stampa contribuisce alla formazione dell'opinione pubblica nel momento in cui prende come oggetto del dibattere gli affari di Stato. Non a caso è quasi subito sottoposta a rigida censura da parte delle burocrazie europee, con dinamiche che lo storico Robert Darnton ha descritto variamente nelle sue opere, nelle quali forse si lascia andare a eccessi revisionisti e un po' utopici, ma delle quali restano preziose informazioni documentarie sulla circolazione delle notizie nel caso della Francia pre-rivoluzionaria.

L'elemento decisivo e forse inedito della pubblicistica, è quello di creare un circuito di socialità in cui i privati possono riunirsi a discutere liberamente di ciò che leggono. Habermas, naturalmente, non è interessato a capire se i libri fanno le rivoluzioni, ma a cogliere il nesso tra l'opposizione strutturale di un pubblico che, attraverso la formazione di opinione e l'analisi argomentativa, dibatte dei propri interessi e un apparato amministrativo che si regge sulla segretezza dei processi decisionali e per poi diffondere editti. Il pubblico delle lettere (sfera pubblica borghese) mira quindi a realizzare un nuovo ideale democratico che soppianti il potere assoluto, e rivendica «*il concetto di leggi generali e astratte e infine impara ad affermare se stessa, in quanto opinione pubblica, come unica fonte di queste leggi*»<sup>13</sup>, leggi che valgano razionalmente per tutti quanti.

Quanto sia problematico questo "tutti quanti" sta nella contraddizione interna all'opinione pubblica borghese, che secondo Habermas rivendica il ruolo di guida non solo della propria classe, ma dell'umanità intera, giacché tutti, in linea di principio, con un po' di abilità e fortuna, avrebbero avuto accesso alla proprietà e alla cultura necessarie per partecipare ad una sfera pubblica di questo tipo.

Qui si apre il campo di una riflessione che ci porterebbe molto lontano. Preso in sé il principio della pubblica argomentazione razionale come presupposto della ricerca di una verità che possa considerarsi pubblica (e sempre passibile di critica) viene adottato dallo stesso Habermas nelle opere successive. Inoltre ci sarebbe da approfondire il discorso sulle modalità di accesso alla sfera pubblica, ovvero quelle forme di apertura e chiusura delle aree discorsive di cui parla Volli e che semioticamente vengono interpretate come *competenza*. Quello che mi interessa per ora è il modo in cui, secondo Habermas, avviene una

---

<sup>13</sup> Habermas J., *Storia e critica dell'opinione pubblica*, Roma-Bari, Editori Laterza, 2002, p 63.

pubblicizzazione della vita privata e una privatizzazione della sfera pubblica che coincide storicamente con una richiesta di protezione da parte dello Stato degli interessi privati con l'avvento della società di massa. Questa compenetrazione delle sfere può essere già individuata nelle fasi che hanno dato origine alla sfera pubblica borghese, e per quanto riguarda i media, offre un esempio interessante sulla natura dei pubblici riuniti dai mezzi di comunicazione di massa.

Attraverso un'accurata analisi storica della nascita della stampa e della pubblicistica in generale, Habermas giudica criticamente il successo del romanzo epistolare come una delle forme letterarie predilette dai pubblici borghesi.

Il romanzo epistolare è solo una fiction, il culmine di un processo sociale molto diffuso nelle pratiche borghesi che va dallo scambio di informazioni commerciali a note private e questioni familiari, e ben presto diventa lo strumento nel quale si mostrano «*rapporti intimi dei privati interessati psicologicamente all'«umano», all'autocoscienza come all'introspezione dei sentimenti*»<sup>14</sup>. In questo modo la sfera intima instaura la connessione con l'ambito del pubblico.

Leggere questo passo alla luce della nuova infrastruttura comunicativa del web evoca un'analogia con le cosiddette "pagine personali" o blog. L'uso che gli individui fanno di questi strumenti si giustifica spesso con ragioni di lavoro, condivisione della conoscenza, appello (o interpellazione) all'opinione pubblica, intrattenimento o, come capita spesso, con l'intenzione di rendere pubblico ciò che è intimo e privato senza alcuna pretesa di influenzare l'opinione pubblica.

L'analisi di Habermas prosegue illustrando come l'estensione della sfera privata borghese conduca all'appropriazione da parte di questa della sfera pubblica, il che è esemplificato dalla storia del romanzo epistolare. Alla base vi è un processo in cui i borghesi, riuniti in pubblico letterario, possiedono già una struttura di discussione attraverso la quale la soggettività della sfera privata può imporsi al dibattito pubblico.

Le analisi dell'autore sono indirizzate a riscoprire la sfera pubblica come ambito del politico per estendere un concetto di democrazia radicale. Ciò nondimeno avanzerei una riflessione sul motivo per il quale gli epistolari, o nel mio esempio i blog, aspirino alla pubblicità. La riflessione prende spunto dall'analogia con il suo contrario: lo scopo della polis come viene inteso dalla Arendt. La polis

---

<sup>14</sup> Habermas J., *Storia e critica dell'opinione pubblica*, Roma-Bari, Editori Laterza, 2002, p 59

«Assicura l'attore mortale che la sua esistenza transeunte e la sua fuggevole grandezza non perderanno mai la realtà che proviene dall'esser visti, uditi e in generale dall'apparire davanti a un pubblico di uomini simili a lui»<sup>15</sup>

Come sosteneva anche Ricoeur le forme di autonarrazione organizzano il nostro tempo e rendono sopportabile la limitatezza della vita biologica aspirando a superarla.

## 5. Apparire

Azione e discorso sono modalità che si esprimono solo nello stare con gli altri (Arendt 1958). Le attività lavorative, così come quelle operative, possono essere realizzate anche nella completa solitudine, ma discorso e azione vivono solo alla presenza degli altri.

Il discorso può essere compreso in una dimensione soggettiva, come discorso o dialogo interiore; può essere inteso come struttura per concettualizzare e organizzare il mondo, ma la caratteristica che lo rende uno strumento comunicativo primario è data dal mettere in relazione le persone fra di loro (Volli 2008). Intraprendere un discorso, ossia aprire un'area comunicativa di qualche tipo, rivela sempre un'identità all'esterno. Questo apparire è qualcosa in più dell'eccellere nella polis o scrivere lettere così belle da meritare la pubblicazione: è un carattere fondamentale di ogni comunicazione. È un carattere che attribuisce significato al soggetto che comunica, «*discorso e azione sono le modalità in cui gli esseri umani appaiono gli uni agli altri non come oggetti fisici, ma in quanto uomini.*»<sup>16</sup>, e lo stesso che permette il riconoscimento all'altro.

In questo riconoscimento è compresa l'attribuzione di ruolo che a seconda dei contesti può essere spesa per partecipare a vario titolo a una situazione comunicativa. Volli, riprendendo da Lévinas il concetto di *trascendenza* nell'altro, evidenzia che i partecipanti all'area discorsiva vi sono inclusi quel tanto che è richiesto dalla situazione comunicativa. In termini di sfera pubblica o privata, si potrebbe parlare della libertà di esporsi nella sfera pubblica lasciando intatta e distinta da questa almeno una parte di privatezza.

---

<sup>15</sup> Arebdt H., *Vita Activa. La condizione umana*, Milano, Bompiani, 2006, p.145.

<sup>16</sup> Arebdt H., *Vita Activa. La condizione umana*, Milano, Bompiani, 2006, p.128.



Il ruolo dell'attore non si esaurisce solo in questo. Oltre a stabilire quali siano le competenze necessarie a entrare a qualche titolo nella sfera discorsiva e lasciare che sia il soggetto stesso a stabilire il proprio coinvolgimento, vi è una dimensione ancora anteriore sulla quale la sociologia della comunicazione e la semiotica hanno concentrato parte dei loro studi soprattutto nell'ambito della comunicazione non verbale. Si tratta dei concetti di "esteriorità" e "maschera" cui difficilmente ci si può sottrarre a patto di immaginare di vivere in totale isolamento.

Per Goffman (1967) si tratta di mettersi continuamente in gioco: ridefinire, ricostruire o far ricorso (attraverso l'esperienza) alla propria identità in ogni occasione di socialità per non ritrovarsi impreparati ad affrontare la situazione. Per questo anche le situazioni apparentemente banali o in quelle dove l'interazione è in qualche modo forzata dal contesto, come ad esempio condividere lo spazio di un ascensore o lo scompartimento di un treno, sono oggetto di definizione, per quanto molto spesso ci sembrano azioni naturali, quali assumere un registro linguistico adatto o stare attenti a non invadere l'intimità altrui con la presenza fisica o lo sguardo. Implicitamente significa anche che non vi è mai una situazione comunicativa del tutto ingenua.

Questo principio, adottato come interpretazione delle aree discorsive pone la sfera pubblica come uno "spazio di visibilità" (Volli 2008). È l'intersoggettività del discorso, l'esternarsi del soggetto, a creare uno spazio nel quale la comunicazione diventa possibile in ogni contesto del vivere in comune.

Giova ripetere che questo spazio, dove l'identificazione dei soggetti si realizza nel *mostrarsi* e dove l'attribuzione di ruolo è reciproca tra i partecipanti, è anche costituito normativamente (norme sociali o persino giuridiche) e che i partecipanti vi accedono sempre in nome di una qualità riconosciuta. Un altro significato del termine logos che non è stato menzionato nelle *Lezioni di Filosofia* e in *Vita activa*, è quello di *legge unitaria*, principio unico sottostante <<all'ordinamento del mondo e all'apparente molteplicità di tutto ciò che accade>><sup>17</sup>.

Habermas, con il suo concetto di democrazia discorsiva, tiene conto di una simile caratteristica del discorso e gli assegna il nome di "competenza" che i parlanti devono avere per accedervi (prima di tutto competenza linguistica, ad

---

<sup>17</sup> Cioffi F., in *Il testo filosofico*, a cura di Cioffi, Luppi, Vigorelli, Zanette, Milano, Bruno Mondadori, 1991, p 76.

esempio); una volta acquisita questa competenza tutti possono partecipare e far valere la propria opinione con la forza dell'argomento migliore. Si tralasci qui il problema dell'argomentare così come quello della giustificazione, che sono evidentemente problemi che si pongono a un livello successivo.

La competenza è una caratteristica fondante delle occasioni discorsive, è un principio che consente di prendere parte alla discussione. Allo stesso tempo è un principio che esclude, che limita la possibilità di azione; regge e costituisce lo spazio comune così come le leggi della polis costituiscono l'architettura della democrazia.

## BIBLIOGRAFIA

### *Testi di riferimento*

Arendt H.

2006 Vita Activa. La condizione umana, Bompiani, Milano.

Habermas J.

2002 Storia e critica dell'opinione pubblica, Editori Laterza, Roma-Bari.

Volli U.

2008 Lezioni di Filosofia della Comunicazione, Editori Laterza, Roma-Bari.

### *Approfondimenti*

Farinelli F.

2003 Geografia. Un'introduzione ai modelli del Mondo, Einaudi, Torino.

Goffman E.

1988 I rituali dell'interazione, Il Mulino, Bologna.

Ricoeur P.

1993 Sé come un altro, Jaca Book, Milano.