

Jurgen HABERMAS (Dusseldorf 1929-



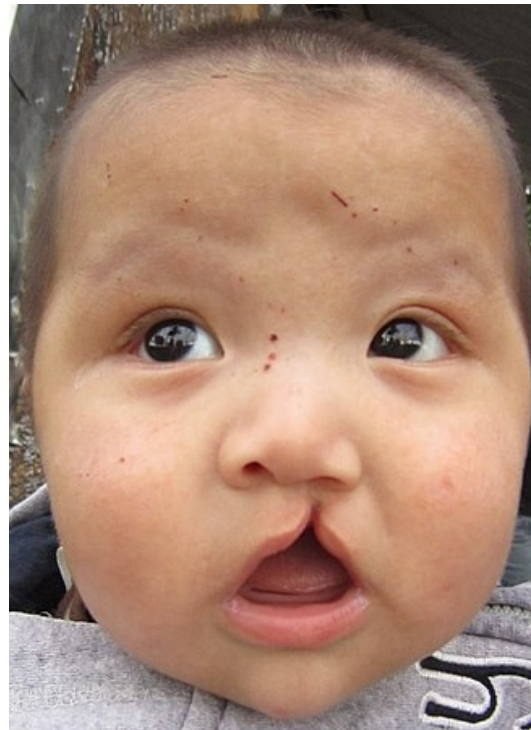
*«Se ho conservato un resto di utopia, essa consiste soltanto nell'idea che la democrazia - e l'aperta discussione nelle sue forme migliori - possa tagliare il nodo gordiano di problemi che appaiono insolubili. Non dico che ci riusciremo. **Non sappiamo nemmeno se potremo riuscirci, ma poiché non lo sappiamo, dobbiamo almeno tentare. Le atmosfere apocalittiche consumano energie di cui si potrebbero nutrire tali tentativi. L'ottimismo e il pessimismo, in questi contesti, non sono categorie appropriate.»***

VITA

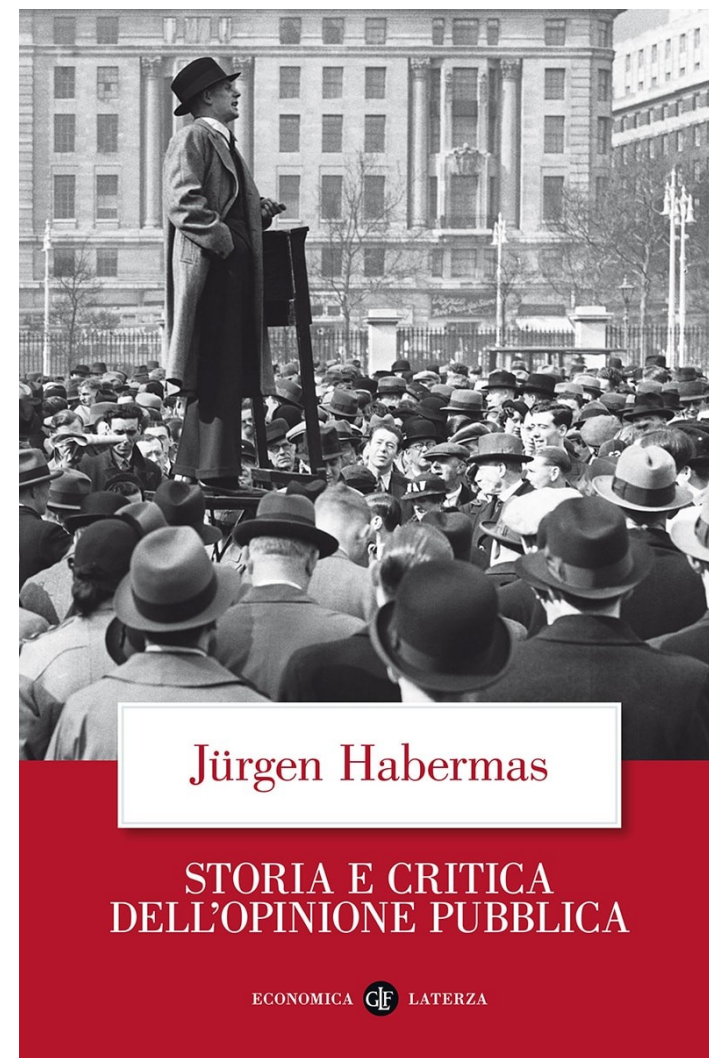
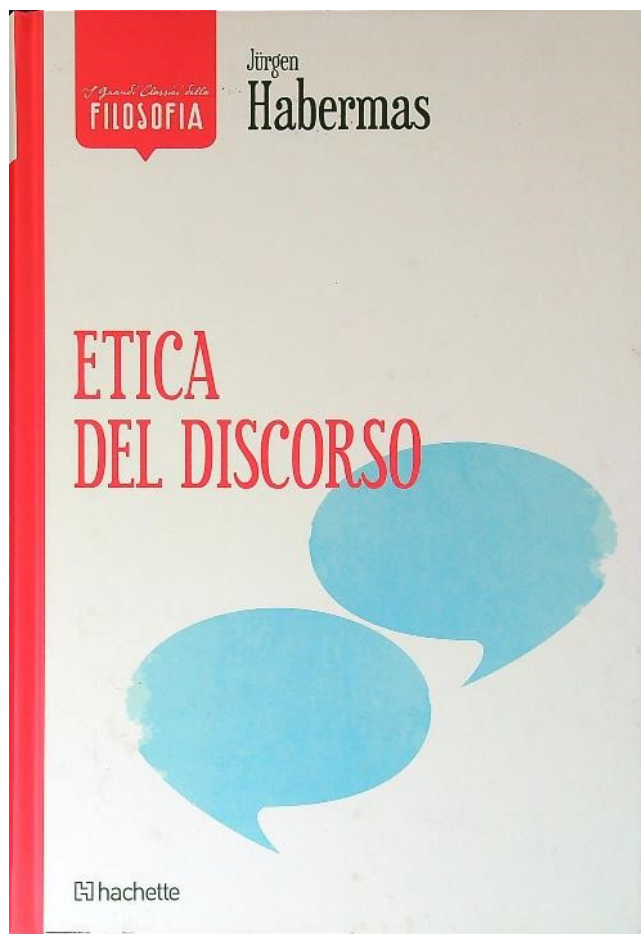
- Jurgen Habermas (Düsseldorf, 18 giugno 1929-) è un **filosofo, sociologo, politologo ed epistemologo tedesco, tra i principali esponenti della Scuola di Francoforte (culla della teoria critica)**. Nato con una «palatoschisi», subì due interventi chirurgici correttivi durante l'infanzia. Egli afferma che le difficoltà incontrate nella comunicazione verbale dovute a questa condizione lo abbiano reso particolarmente sensibile al tema della comunicazione. Habermas ha studiato a Gottinga, Zurigo e Bonn dove nel 1954 consegue il dottorato in filosofia
- Ottiene l'abilitazione nel 1961 a Marburgo con lo scritto «**Storia e critica dell'opinione pubblica**» (1962). Da quel momento inizia una straordinaria carriera come professore di filosofia in varie università tedesche (Heidelberg dapprima) e poi professore di filosofia e sociologia all'Università Goethe di Francoforte . Nel 1971 si trasferisce a Stanberg, nei pressi di Monaco dove guida il "Max-Planck-Institut per la ricerca delle condizioni vitali del mondo tecnico scientifico". Nel 1981 pubblica il suo lavoro più importante: "**Teoria dell'agire comunicativo**"
- Nel 1983 torna a Francoforte dove gli viene assegnata la cattedra in filosofia con specializzazione in filosofia sociale e filosofia della storia . Nel 1994 viene nominato Professore Emerito. Dopo un serie di riconoscimenti, nel 2004 riceve il «Premio Kiōto» per la carriera, uno dei riconoscimenti attuali più significativi per la cultura e la scienza.
- Nella sua vita ha partecipato a numerosi dibattiti in cui ha dimostrato la forza del **suo pensiero critico basato su una comunicazione emancipativa**, avendo anche il coraggio di rompere con la sua tradizione marxiana rifacendosi ai temi della "Ragion Pratica" di Kant e **rivalutando l'Illuminismo** che egli ritiene sia il fondamento di quella civiltà liberale oggi messa in crisi dalle distorsioni del **mercato e del sistema**, ma che ha ancora tanto da dire.
- **Illuminismo non superato ma incompiuto.**

Palatoschisi

La malformazione è di derivazione [genetica](#) al 10% e colpisce 1 soggetto su mille, nella maggior parte dei casi di sesso femminile; tale malformazione comporta il pieno contatto fra la zona del [naso](#) e della [bocca](#), e ciò dà luogo a gravi difficoltà nell'uso del [linguaggio](#) per via dell'impossibilità di articolare numerosi [suoni](#). La fenditura può raggiungere anche il palato molle coinvolgendo anche l'[ugola](#) e di conseguenza l'intera volta palatina



OPERE



Le basi della democrazia

- Habermas è un autore (filosofo-sociologo) non semplice data la qualità e l'immensità della sua produzione.
- Ha partecipato nella sua vita a numerosi dibattiti.
- Esponente critico della Scuola di Francoforte (teoria critica)
 - Già nel 1968 durante la partecipazione ad un dibattito nel corso della 1ª contestazione studentesca, avanzava il dubbio di una deriva fascista di sinistra per aver dimenticato **nella loro critica totale al sistema le libertà civili e liberali che sono alla base della democrazia.**
 - In polemica con il filosofo Nolte che in un articolo cercava di contestualizzare il nazismo in chiave di reazione al bolscevismo, affermava che se vogliamo capire non possiamo contestualizzare (che è una sorte di relativismo, che è un male morale).

La scuola di Francoforte

Habermas è un esponente della «teoria critica della società» che fa capo al gruppo di filosofi e intellettuali dell'*Istituto per la ricerca sociale* di Francoforte. Essa si contrappone particolarmente alla sociologia americana che si è indirizzata verso indagini settoriali di carattere specialistico o addirittura legate all'impresa come è avvenuto per gli studi sull'organizzazione del lavoro o per le indagini di mercato volte a «captare» orientamenti e «gusti» del consumatore. Per i filosofi e sociologi della scuola di Francoforte, la società va invece studiata come una totalità di fatti, tra loro collegati da connessioni dialettiche. Solo in questo modo è possibile cogliere la direzione dello sviluppo della società stessa e porre in evidenza le contraddizioni e le distorsioni (che sono quelle tipiche del capitalismo industriale liberale) e consentire l'affermarsi di una presa di coscienza siffatta e di massa volta alla liberazione dell'uomo.

"Storia e critica dell'opinione pubblica"

- Al centro la genesi e la trasformazione di una categoria portante dell'Illuminismo: il principio di 'pubblicità' del potere e della rappresentanza politica, basata sulla libertà di critica e di espressione.
- Questo saggio di Habermas, che egli pubblicò nel 1962, è ancora di straordinario potere esplicativo e imprescindibile per una ricognizione storica sul concetto di sfera pubblica e di opinione pubblica. Attraverso la sua analisi, l'autore mette in evidenza i processi storici attraverso cui le borghesie europee hanno costruito l'idea di sfera pubblica e come essa sia diventata parte dei fondamenti delle democrazie costituzionali, una premessa implicita nel loro funzionamento che però non risulta concretamente applicabile in uno scenario dove i titolari di diritti non sono solo un' élite colta e benestante in grado di confrontarsi su un terreno comune fatto di argomentazioni per pervenire a definizioni condivise di ciò che è giusto e valido per il bene comune, ma masse di individui il cui coinvolgimento nella definizione dell'agenda politica e la cui partecipazione sono sempre meno attivi.

La ragione critica e la nascita della sfera pubblica

- Habermas reputa “sfera pubblica rappresentativa”, tutto quel che fu antecedente alla nascita di una coscienza critica da parte della classe borghese che viene definita “sfera pubblica borghese”. La sfera pubblica borghese è l’approdo di un lungo cammino, che trova la propria genesi nel principio della *Publizität* formulato da Kant. Tale principio di pubblicità può essere reputato un “metodo illuministico” per far sorgere ed incrementare la cultura politica attraverso un confronto razionale in un dibattito pubblico. Il confronto, secondo Kant, è condizione imprescindibile per giungere alla razionalità e alla verità.
- **La *Publizität***, si badi bene, non è propria solamente dei dotti, ma è patrimonio comune della società umana, ed essa, come espresso da Habermas, **si realizza “nell’uso pubblico che tutti coloro che sanno usarla fanno della ragione”**. Dunque, chiunque può essere un “pubblicista” qualora riesca ad esprimere un pensiero logico dinnanzi ad un pubblico illuminato di lettori. Pubblico di lettori che si andava costituendo nel ceto borghese. È nei salotti borghesi che la discussione si fa opinione attraverso un pensiero che non è più astratto, ma cerca elementi che possano incidere sulla realtà.
- È questo momento chiave durante il quale vi è il passaggio, alla «sfera pubblica borghese». È in questo ambiente, i salotti cittadini, che “il pubblico ragionante degli «uomini» si costituisce in pubblico dei «borghesi», dove ci si informa sugli affari della «comunità»”.
- Habermas ritiene fondamentale questo passaggio, in cui il popolo non è altro se non spettatore, e la sfera pubblica borghese. La diffusione dei testi scritti, l’ampliamento dell’orizzonte editoriale, la possibilità di rendere fruibili ai più un sempre maggior numero di libri, ma anche e soprattutto fogli di informazione, diede la possibilità alla classe borghese di riflettere e metabolizzare i testi letti e, grazie a questo processo critico, si crearono le basi per la formazione di una propria opinione, prima in ambiti culturali, letterari e successivamente in ambiti politici. Il concepimento di una propria idea, di una propria opinione porterà la formazione di una élite intellettuale borghese che possedeva la peculiarità della “pubblica argomentazione razionale”. Caffè e salotti, che erano il teatro della sfera pubblica borghese, si sostituirono alla corte con il passare degli anni. Il nuovo centro di formazione delle idee non era più il salone del sovrano, bensì il salotto di un ricco borghese, oppure le poltrone di un caffè cittadino.

- La sfera pubblica borghese però non era certamente ancora aperta a tutti, essa presentava forti limitazioni, era idealmente egualitaria e di libero accesso, ma in concreto era una sfera elitaria che richiedeva come criteri di ammissione: la cultura e la proprietà.
- Basandosi sugli assunti dell'economia classica, si prospettava per tutti la possibilità di elevarsi dalle condizioni più umili fino al ceto borghese, l'ascesa era solo questione di volontà, abilità e fortuna. Una volta acquisito lo status di proprietario e quindi di "uomo", si poteva entrar a fare parte della sfera pubblica borghese, la quale si arrogava il diritto di parlare, lei unica e sola, in nome dell'opinione pubblica, in quanto il fine ultimo di ogni ceto era il trasformarsi in borghesia.
- Habermas, quindi, riprende il concetto kantiano secondo il quale soltanto i proprietari possono essere considerati padroni di sé e proprio per questo soltanto loro avrebbero potuto essere considerati degni rappresentanti dell'opinione pubblica, poiché scevri da qualsivoglia legame di sudditanza con altri uomini o con lo stato.

- In quest'opera, Habermas, dunque, indica la formazione di una "sfera pubblica borghese" come momento di fondamentale importanza storico–sociale. Essa si costituisce sulla base di un lungo processo in cui la ragione va affermandosi nella sua valenza pratico–politica, fino ad assumere una funzione eminentemente critica del potere.

La comparsa sulla scena dell'opinione pubblica è legata all'emergere di alcune condizioni peculiari proprie della **modernità**. Tra queste, prima di tutto il configurarsi di uno spazio, **la società**, collocato tra la sfera privata e la sfera pubblica statale. La nascita dell'opinione pubblica s'intreccia con le vicende di formazione dello stato moderno, con la fine della società corporativa e del regime di privilegi della società feudale, con il progressivo affermarsi dell'idea di eguaglianza formale dei soggetti di fronte alla legge e con la pubblicità degli atti di governo. Un fenomeno, quest'ultimo, databile intorno alla prima rivoluzione inglese, 1642-1651 (poi portata a compimento dalla « **Gloriosa rivoluzione 1688-89**») la cui importanza non può essere sottovalutata in quanto rompe il regime di segretezza vigente fino ad allora intorno agli atti di governo e alla fine riconosce le prerogative del Parlamento e i limiti posti all'autorità Regia.

Habermas ritiene che la burocratizzazione della vita privata ed economica da un lato e la corporativizzazione delle politiche statali dall'altro, hanno mutato la natura della "sfera pubblica", intesa come arena democratica nella quale i cittadini confrontano le loro opinioni politiche. Essi intervengono su questa scena non più nel ruolo di portatori di opzioni politico-ideali che si confrontano circa determinati problemi, ma invece nella veste o di fruitori di servizi e delle prestazioni che lo Stato fornisce o di appartenenti a gruppi di interesse che cercano di far pesare il loro condizionamento sulla politica statale.

Inoltre, la formazione di un'opinione pubblica da parte dei cittadini è resa impossibile dal combinato effetto di due mutamenti che attraversano potentemente la scena politica, e cioè, da un lato, l'irruzione dei partiti di massa plebiscitari e "pigliatutto", e dall'altro l'imporsi nella comunicazione politica di quegli strumenti di manipolazione pubblicitaria sviluppatasi di pari passo con la crescita dei consumi nelle più avanzate società capitalistiche

Potere e Democrazia

- H. si muove all'inizio sulle linee della Scuola di Francoforte e, in un secondo periodo, avvia una fase di elaborazione autonoma che lo allontana progressivamente dai temi della Scuola. Egli si confronta con le tesi e motivi del pensiero sociologico , ermeneutico, pragmatista e della filosofia analitica (linguaggio) . Egli si occupa in particolare dei moderni sistemi politici e sociali, del rapporto tra conoscenza e interesse, e fra tecnica, teoria e prassi. Habermas affronta uno degli aspetti fondamentali della società liberal-borghese, **l'opinione pubblica**, che da momento di controllo e sollecitazione nei confronti del potere, quindi di garanzia di libertà, è venuta sempre più mutando di segno. Lo sviluppo dei mezzi di informazione e il suffragio universale **che avrebbero dovuto sancire la piena affermazione dell'opinione pubblica sono stati, in effetti, controbilanciati da uno sviluppo del capitalismo che ha portato ad una compenetrazione fra Stato ed economia, nel senso che ha reso più intensa l'influenza degli interessi dei gruppi economici più potenti sul potere politico.**

Desiderio di «giustificazione»

- Secondo Habermas la società moderna non dipende solo dai progressi tecnologici, bensì anche **dall'abilità di criticare collettivamente le nostre tradizioni**. «Qualcuno fa o dice qualcosa e noi domandiamo: «Perché L'hai fatto?» o «Perché l'hai detto»? Chiediamo continuamente una giustificazione». Questo è il motivo per cui H. parla di «ragione comunicativa». Per lui la ragione non è intesa a scoprire verità astratte ma è data dal bisogno di giustificarci davanti agli altri.
- Negli anni 60/70 Habermas si rese conto che esisteva un nesso diretto tra ragione comunicativa e quella che definiva «sfera pubblica». Fino al Settecento la cultura era stata «rappresentativa», cioè le classi dominanti si presentavano ai sudditi con dimostrazioni di potere che non dovevano affatto essere giustificate: feste, parate, impressionanti progetti architettonici. Tuttavia in quegli anni cominciarono ad emergere svariati spazi pubblici che esulavano dal controllo statale, non ultimi i salotti letterari, e i caffè. In tali spazi le persone potevano riunirsi e intavolare conversazioni e dibattiti. La crescita della sfera pubblica portò a sempre più frequenti occasioni in cui era possibile criticare l'autorità dello Stato e della cultura rappresentativa. La sfera pubblica divenne gradualmente «il terzo polo», una zona cuscinetto tra lo spazio degli amici intimi o della famiglia e quello occupato dal controllo statale e che porta alla contestazione dello Stato. Stabilendo lo spazio pubblico, ci si apre alle occasioni per cercare di avere interessi condivisi dai cittadini, interessi che lo Stato non riesce a soddisfare e che portano alle contestazioni delle azioni statali e governative. Habermas ritiene davvero che la crescita della sfera pubblica sia riuscita a scatenare la Rivoluzione Francese.

I tre livelli di società

- La teoria di Habermas parte da una analisi storica dei livelli di sviluppo dell'umanità. Si possono distinguere in questa disanima tre livelli di sviluppo. Si può affermare, in sintesi, che tanto più il "sistema« (Stato, Mercato) si forma differenziando se stesso e aumentando la propria complessità, tanto maggiore sarà la colonizzazione del "mondo vitale" da parte del "sistema", e tanto più gli uomini interiorizzeranno le imposizioni eteronome e sociali come imposizioni autonome individuali .
- **Società tradizionali**, sono quelle nelle quali la *Lebenswelt (mondo vitale)* non si è ancora separata dal "Sistema". Questo significa che le società si riproducono secondo delle modalità nelle quali per esempio la divisione del lavoro non è particolarmente avanzata. Società feudali e religiosamente dominate.
- Nel secondo livello, che dal punto di vista storico va dalla riforma protestante fino all'industrializzazione, il "**Sistema**" si sviluppa al di fuori del «Mondo della vita». Con "Sistema" Habermas intende contemporaneamente sia lo stato **burocratico** che il **mercato**. "Potere" e "Denaro" sono i media da intendere come mezzi di controllo del "Sistema" che costringono le persone a seguire una determinata logica di azione. Questa sovrapposizione del "Sistema" al «Mondo della vita» viene indicata da Habermas come processo di "Colonializzazione« dello stesso «Mondo della vita».
- Nel terzo livello, quello delle **Società industriali**, i conflitti tra "Sistema" e *Lebenswelt* emergono chiaramente: "Oggi gli imperativi economici e amministrativi trasmessi attraverso il potere e il denaro si introducono in altri ambiti che in un certo qual modo vengono danneggiati se si rimpiazza l'agire orientato all'intesa (agire comunicativo) con queste interazioni orientate in modo strategico (agire strumentale) dai media, dal potere e dal denaro."

I tre modelli di conoscenza

- Un sistema sociale, dice H. non può essere trattato alla stregua di una macchina che opera in base a regole di pura razionalità reciproca di ogni sua componente (non è in sostanza un «algoritmo»). Né può essere studiato con un metodo di tipo «osservativo-descrittivo, per il semplice motivo che gli «oggetti» di tale studio sono in realtà, «**soggetti**», i quali in qualche misura partecipano ai processi sociali. Nei loro confronti l'analisi deve utilizzare anche il metodo della interrogazione, coinvolgendoli nella riflessione e nella comprensione dei processi che sono oggetto di studio. H. nell'opera «Conoscenza e interesse» distingue tre modelli di conoscenza:
- **Modello delle scienze della natura** («fisica sociale») che poggia su un interesse di tipo tecnico e fonda una conoscenza nomo-logica, basata cioè su leggi universali regolatrici dell'esperienza: è un metodo di tipo osservativo- descrittivo.
- **Modello della conoscenza ermeneutica** che, a differenza del primo, si fonda su un interesse pratico e tende alla comprensione dei processi sociali e culturali.
- **Modello della conoscenza critico-riflessiva della società**. Solo quest'ultimo per H, è adeguato alle esigenze di una scienza sociale, poiché si fonda su un interesse **emancipativo**, di liberazione umana, degli individui come delle classi sociali. Il fine di tale conoscenza è la trasformazione della società non una semplice presa d'atto

«Dare senso all'agire»

- Habermas affronta dunque i temi legati al discorso della morale, della politica e del diritto, ovvero quegli argomenti che concernono **l'agire dell'uomo nella società**;
- Lo scopo è quello di tornare « a dare senso», a guidare l'agire e non soltanto limitarsi ad una funzione descrittiva che dominava le ricerche storiche e sociologiche.
- Egli ritiene il criticismo (*postkantismo*) un modello di razionalità pratica tuttora valido su cui fondare l'etica del dovere ideale e normativa che valga per tutti gli uomini e civiltà.

La ragione critica

- La «ragione critica e discorsiva» é la ragione al servizio dell'uomo, ovvero una ragione auto-riflessiva **che opera in vista dell'auto-liberazione dell'uomo all'interno della società (Stato e Mercato, Burocrazia e Costituzione)**. Tale ragione agisce quindi in senso emancipativo ed è lo strumento essenziale di ogni forma di sapere che si fonda su una base antropologico-sociale, *volta alla costruzione di una società esente dal DOMINIO*.
- *Il tutto si fonda sull'idea di un soggetto dialogico-pubblico (non coscienza solitaria e autosufficiente) che interagisce con l'ambiente, strutturato in termini LINGUISTICI, ossia il concetto di una comunità linguistica come luogo in cui e attraverso cui la coscienza si costituisce.*

- Critica la democrazia europea e la deriva tecnocratico-finanziaria e l'enorme debito accumulato da alcuni paesi legato a questa deriva.
- Sposa le critica all'Europa della finanza ma rimprovera un vecchio vizio: di rinchiudersi in una prospettiva nazionale.
- Critico con la Merkel che ha messo la Grecia di fronte all'alternativa di rientrare dal debito o uscire dall'Unione Europea.
- In ogni dibattito metteva in pratica il suo pensiero: **dialogo come paradigma della teoria critica emancipativa**, sempre tendente **all'intesa comunicativa**

I tre modelli di AGIRE

- In una società reale e democratica si contrappongono e si mischiano tre modalità di agire:
 - ❖ **Agire strumentale**, motivato da interessi tecnico-strategici ed è finalizzato al successo o all'autoaffermazione.
 - ❖ **Agire strategico**: tiene conto dei mezzi ma anche delle realtà circostanti con cui va a confrontarsi.
 - ❖ **Agire comunicativo**, motivato da interessi ermeneutici (tesi alla verità giustificata con argomentazioni razionali) ed è finalizzato alla reciproca comprensione e intesa:
 - ❖ essi definiscono due modelli distinti, ma complementari di società: la società come *sistema* (STATO E MERCATO) e la società come *mondo della vita*. (*Burocrazia e Costituzione*).

La razionalità come agire comunicativo

- La comunicazione- osserva Habermas in «Teoria dell'agire comunicativo» esige che il comportamento di ciascun interlocutore implichi *un'argomentazione capace di giustificarlo razionalmente*. Ma perché l'agire linguistico possa identificarsi con quello etico, si richiede un *uditorio universale*, diverso, quindi, da quello a cui si rivolge l'argomentazione retorica, che riguarda sempre un uditorio più o meno circoscritto. Inoltre, si richiede un **agire orientato verso l'intesa**, verso l'individuazione di significati condivisi e il confronto di diversi punti di vista in cui si concorda di accettare quello che consensualmente viene ritenuto più convincente. Habermas considera tale «agire» come un vero e proprio modello di razionalità che si contrappone a quello della **razionalità strumentale**, attenta solo all'**efficienza dei mezzi**, per conseguire dei fini, piuttosto che ai fini stessi. La razionalità discorsiva di cui parla Habermas è una **razionalità comunicativa, pratico-emancipativa** conduce alla formazione collettiva di volontà mediante procedure discorsive, di comunicazione e confronto libere, sottratte a ogni forma di controllo e condizionamento e aperte alla partecipazione e al contributo di ciascuno.

Competenze comunicative

- In questo contesto di pensiero acquista rilevanza la tesi di H. secondo cui **occorre favorire in ciascun membro della società delle COMPETENZE COMUNICATIVE (scuola, famiglia, società...)** nelle quali abbia una funzione primaria la capacità di riconoscere le molteplici forme di disturbo e distorsione della comunicazione, che sono oggi possibili mediante intromissioni del potere. La stessa identità **dell'IO** si fonda sulla capacità dell'individuo scoprire e mettere in discussione le manipolazioni e le distorsioni che vengono operate sui processi concreti di comunicazione sociale. Occorre un **«rischiaramento delle coscienze»** inteso nel senso che i soggetti siano messi in grado di affrontare i temi imposti o occultati dal potere e dal pregiudizio. La proposta etico-politica di H. implica una forte e persistente idea di emancipazione e liberazione umana, rimasta intatta pur nelle tempeste della fine del XX secolo.

I tre tipi di situazioni linguistiche

Habermas individua tre tipi di **situazioni linguistiche** :

- **Situazione linguistica comunicativa REALE** (mondo colonizzato dal "sistema") dove oggi domina la **teoria del proiettile (Bullet Theory)**, chiamata anche teoria dell'ago ipodermico (dall'inglese Hypodermic Needle Theory) è una teoria che considera i mass media come potenti strumenti persuasivi che agiscono direttamente su di una massa passiva e inerte;
- **Situazione linguistica comunicativa POSSIBILE** (razionalizzazione del mondo vitale e del «sistema»);
- **Situazione linguistica IDEALE** (fondata sull' **AGIRE COMUNICATIVO**)

"Teoria dell'agire comunicativo"

- Al paradigma della produzione, caratteristico della società contemporanea, Habermas contrappone il più comprensivo paradigma dell'agire comunicativo, che esclude intenzioni di dominio e si traduce in **un'etica del discorso**. Nella comunicazione un identico senso può essere partecipato senza discriminazioni ed esclusioni da "una comunità di parlanti e di agenti" disposti ad assumere regole valide per tutti e di reciproco riconoscimento. Le condizioni che rendono possibile la comunicazione sono le stesse che possono guidare l'agire
- Habermas, nel concetto globale di società distingue **"mondo della vita"** e **"sistema di azioni"**. Il mondo della vita corrisponde alla prospettiva di soggetti partecipanti a processi di interpretazione che si svolgono a partire dalle certezze della vita quotidiana e dai valori condivisi in generale da tutta la comunità. Quando però queste diventano problematiche nel loro significato per l'azione, possono essere giudicate nelle loro pretese di validità sotto un triplice profilo.

Le direzioni dell' AGIRE

- AGIRE: due direzioni

- **Successo**

- Strumentale: tenere conto solo dei mezzi con i quali raggiungere i fini;
 - Strategico: tenere conto anche degli altri attori sociali.

- **Intesa**: ovvero l'azione orientata all'intesa comunicativa.

L'intesa comunicativa è fatta di **atti linguistici**. Quando noi parliamo non pronunciamo solo parole, ma in esse vi è implicita una parte illocutiva che avanza senza esplicitarle tre pretese:

- **Pretesa di verità**: quando sono in questione problemi di ordine oggettivo: pretesa che avanziamo ai nostri interlocutori di essere comprensibili;
 - **Pretesa di veridicità o validità**: quando è coinvolta la coerenza dei parlanti: pretesa di *dire e pensare la verità* (essere sinceri);
 - **Pretesa di giustizia comunicativa**: quando sono implicate norme e valori: nessuno sarebbe disposto ad accettare il contrario.

Razionalità- Populismo

- "Una vitale società civile può svilupparsi solo nel contesto di una cultura politica liberale, nonché su una base di una intatta sfera privata. Essa può dunque fiorire solo in un mondo di vita già razionalizzato. In caso diverso sorgono dei movimenti populistici che difendono alla cieca le tradizioni ossificate d' un modo di vita minacciato dalla modernizzazione capitalistica."

«Riflettiamo»

«...Al giorno d'oggi la novità dei fatti e l'esigenza di un cambiamento sono diventate cose dei grandi uomini che credono che l'opinione popolare manca sia di un saldo appoggio nella tradizione storica che di quell'efficace lavoro di perfezione compiuto nelle officine intellettuali che credevano a certi principi e sacrificavano tutto ad essi. Quella che cento anni fa era ancora la fede dei contemporanei in un principio che doveva vincolare i singoli membri della società (cioè l'opinione pubblica) è diventata nel frattempo una frase generica con cui si rinfaccia alla folla mentalmente pigra e indifferente di sfuggire al lavoro di riflessione che le spetta...»

I «populismi»

- La mediazione fra società civile e istituzioni politiche è sempre stata tradizionalmente attuata dai partiti, messi ora in crisi da **movimenti populistici che cercano una relazione diretta fra leader e cittadini, contrapponendosi alla casta al potere**. L'attuale crisi di intermediazione nelle democrazie liberali mette così serio pericolo il tradizionale legame di **legittimazione politica che connetteva le deliberazioni alla sfera pubblica politica con processi istituzionali di giuridificazione (dare forma di legge)**. Vengono così minacciate la comunicazione pubblica informale, l'autonomia dei cittadini, le norme giuridiche e le deliberazioni politiche, sempre più sottoposte all'influenza dei media che tanto più tende al **monopolio centralizzato del consenso quanto più frantumata nella centrifuga di imponderabili preferenze individuali**. Habermas è comunque consapevole che la crisi delle democrazie liberali non è puramente imputabile allo sviluppo dei social media ma bensì a **processi di mercificazione della politica, influenzata da gruppi di potere economico e finanziario**. La democrazia mostra di non essere più capace di andare incontro alle esigenze dei cittadini, le cui ragioni vengono sempre più disperse nell'illimitato mondo digitale e insieme controllato.

Esigenza di «argomentare»

- La maggior preoccupazione normativa ed empirica di di Habermas consiste quindi nel comprendere come sia possibile rendere stabili le istituzioni democratiche, facendo valere i diritti umani contro ogni tipo di repressione delle opinioni pubbliche che impediscono la formazione politica di opinioni e volontà comuni e dunque di deliberazioni di politiche atte a contrastare crescenti disuguaglianze. **Bisogna dare voce agli esclusi e ai più vulnerabili per affrontare sfide globali.** La crescente disaffezione e sfiducia dei cittadini nei confronti delle istituzioni vengono altresì palesate dal crescente **astensionismo**. Il potere costituente dell'argomentazione (la dialettica critica delle opinioni) si sbriciola in un rivolo di opinioni dove tutto viene messo in dubbio o inteso come il risultato di un complotto.

Basi per una «Democrazia deliberativa»

- “Non stiamo discutendo «seriamente», se nello scambio di ragioni sono in gioco la coercizione o la manipolazione, se alcune delle persone coinvolte sono escluse o se sono soppresse opinioni e prese di posizione rilevanti.
- Dobbiamo presupporre che nella situazione data venga perseguita solo la costruzione incondizionata dell’argomento migliore.
- E’ proprio l’orientamento dei partecipanti verso la verità e la giustizia delle proprie convinzioni che alimenta ancor di più le dispute politiche e conferisca loro un carattere conflittuale.
- Chi discute intende contraddire. Ma è solo in virtù del diritto, ovvero dell’incoraggiamento a dire «NO» reciprocamente che si dispiega il potenziale epistemico (di verità) del linguaggio senza il quale non potremmo *imparare gli uni dagli altri*.

- Ed è proprio qui che risiede lo scherzo della politica deliberativa: che nelle dispute politiche miglioriamo le nostre convinzioni e ci avviciniamo alla giusta soluzione dei problemi.
- L'orientamento all'intesa-come *presupposto* dalla comprensione epistemica dei discorsi- non implica ovviamente che le persone coinvolte abbiano davvero l'irrealistica aspettativa di raggiungere effettivamente un consenso totale su questioni politiche. I discorsi pratici richiedono, infatti, ai loro partecipanti un'improbabile disponibilità ad assumere reciprocamente le prospettive altrui e a orientarsi verso interessi generalizzabili o valori condivisi. Per questo motivo, la procedura democratica vincola le deliberazioni alle decisioni della maggioranza per un tempo limitato...Supponendo che l'ipotesi di risultati razionalmente accettabili sia giustificata e che la decisione sia reversibile, ogni minoranza scavalcata può sottoporsi alla volontà della maggioranza senza dover abbandonare la propria posizione, in vista di una futura ripresa del discorso"

LINGUAGGIO e AZIONE

- L'essenza dell'essere umano è la **capacità di linguaggio**; l'elemento linguistico **qualifica l'azione umana come simbolica, costituita da segni che possiedono un significato.**
- L'elemento linguistico qualifica **l'interazione come comunicazione**, come orientamento reciproco di due o più soggetti umani fondato su espressioni linguistiche. Occorre comunque distinguere tra livello comunicativo e livello materiale- strumentale.
- L'agire consiste nell'intenzione di soggetti che cercano una **COMPRENSIONE** e **un'intesa comunicativa** per coordinare di comune accordo l'interpretazione delle situazioni in cui vengono a trovarsi, nonché i propri piani di azione e pertanto il proprio agire.
- Soltanto **il modello di azione comunicativa** presuppone il linguaggio come un **medium** di comprensione e intesa non ridotta, ove i parlanti e gli uditori fanno riferimento contemporaneamente a qualcosa nel mondo oggettivo, sociale e soggettivo per trattare comuni definizioni di situazioni.

- "Quando trionfa la razionalità strumentale, seppellisce sotto di sé ogni senso [...]"

Linguaggio come agire coordinato

"È la necessità di un **agire coordinato** che induce, nella società, il bisogno della comunicazione. Il consenso che presiede all'agire sociale può certamente essere estorto con la forza o con l'influenza strategica. Ma esiste consenso autentico solo se basato su «convincimenti comuni». L'atto linguistico dell'uno riesce soltanto se l'altro accetta l'offerta in esso contenuta"

Opinione pubblica «ricettiva»

- Da strumento di critica razionale operata da borghesi che discutono in pubblico degli affari di interesse generale essa si trasforma, con l'avvento delle moderne società di massa, in «opinione pubblica ricettiva»
- La diffusione degli strumenti di comunicazione di massa comporta un 'processo di commercializzazione' dell'opinione pubblica. La sua costruzione, a opera di un corpo professionale sempre più specializzato, diviene 'un affare'
- **L'opinione pubblica viene progressivamente ridotta a semplice istanza ricettiva di informazioni, giudizi, interpretazioni prodotte e veicolate esclusivamente a fini commerciali.** Nello stesso tempo l'ampliamento delle funzioni dello stato, e in modo particolare la nascita e sviluppo dello 'stato sociale', implicano un restringimento degli spazi che nell'originario modello liberale erano deputati all'azione e alla spontanea organizzazione dei privati cittadini. Lo stato cioè si accolla compiti che la filosofia liberale assegnava invece ai privati. Anche i compiti di produzione e gestione della comunicazione vengono così sottratti ai privati e assegnati allo stato determinando, afferma Habermas, un processo di 'rifeudalizzazione' della sfera pubblica. Essa torna cioè a essere quello che era nel Medioevo, un'istanza meramente rappresentativa in cui il potere.

«L'Epoca dei sondaggi»

- Contemporaneamente alla critica di Habermas nei confronti dello scadimento dell'opinione pubblica nasce anche la sua seconda accezione. Essa si collega e dipende quasi esclusivamente dalla tecnica dei sondaggi: l'opinione diventa ciò che i sondaggi cercano di misurare.
- Alla concezione superindividuale di opinione pubblica che si era imposta con il pensiero illuminista e con la filosofia liberale, si sostituisce ora una diversa visione: essa è data dalla somma delle opinioni individuali, atomizzate. Questa differente interpretazione rispecchia ovviamente le modificazioni nel frattempo intervenute nella struttura sociale che ha enormemente incrementato il suo livello di complessità. Se la società civile nasceva dalla separazione dal corpo del sovrano assoluto di interessi economici, politici e culturali, che in esso non trovavano risposta, ora questi interessi si sono ulteriormente diversificati e articolati. L'opinione pubblica, che originariamente, in quanto voce della società civile, poteva essere interpretata come alternativa alla cultura dello stato assoluto e quindi come controllo sull'operato dei governi parlamentari, ora si differenzia al suo interno. La società civile infatti articola i suoi interessi che non possono essere più rappresentati in termini unitari. La nozione di mercato – dei beni di consumo e di prodotti culturali – sta qui dentro.

- Ora le opinioni, percezioni, domande, esigenze devono essere misurate in termini di gruppi diversificati, se non di singoli cittadini. L'innovazione tecnologica (si veda in particolare l'uso del computer nella gestione dei dati dei sondaggi) consente di compiere questa operazione di articolazione e scavo che prima invece risultava impossibile. Se l'opinione pubblica continua ancora a mantenere "il carattere di forza politica non prevista da alcuna costituzione", come appunto era nell'originario modello di democrazia liberale, ora la sua misurazione ne rafforza per certi aspetti il potere, ma contemporaneamente lo indebolisce. **Se è ben evidente che la diffusione dei sondaggi d'opinione fa dipendere le scelte del governo dal consenso della maggioranza (e in questo senso si può parlare di interpretazione maggioritaria), nello stesso tempo la sua articolazione crea spazi, occasioni di dibattito, discussione e conflitto prima sconosciuti.**
- Quindi, quanto più si afferma, tanto più l'opinione pubblica pretende di essere l'unico metro di legittimità delle leggi pubbliche, che si giustificano in ultima istanza grazie alla forza dell'argomento migliore. E' proprio questo aspetto, destinato a restare centrale in tutto il lavoro di Habermas e che caratterizza l'interpretazione peculiare e assolutamente radicale che Habermas dà della sfera pubblica. L'autore afferma che, al contrario di quanto pensano i liberali, l'opinione pubblica non è un limite al potere, né, democraticamente, l'origine di tutti i poteri, ma è un superamento del dominio, dissoluzione del potere e della sovranità in pura razionalità.

«Sistema» e «Mondo della vita»

- L'agire strumentale e l'agire comunicativo definiscono due sfere diverse ma tra loro complementari della società in cui ci troviamo a vivere: la società come «**sistema**» e la società come «**mondo della vita**» (Lebenswelt). Il sistema come suggerisce il suo nome è qualcosa di rigidamente disciplinato dall'agire tecnico, strumentale e strategico: esso trova i suoi elementi caratterizzanti nel denaro (sfera economica) e nel potere (sfera politica, burocratica, statale). Contrapposto al «sistema» è quello che H. definisce «mondo della vita» caratterizzato dall'agire comunicativo, da valori condivisi, da spontaneità, da tradizioni: esso fa da sfondo e da orizzonte all'agire comunicativo rendendolo possibile.
- «...Il mondo della vita è il luogo trascendentale nel quel parlante e ascoltatore si incontrano, nel quel possono avanzare reciprocamente la pretesa che le loro espressioni si armonizzino con il mondo (quello oggettivo sociale e soggettivo) e nel quale essi possono criticare e confermare queste pretese di validità, esternare il proprio dissenso e raggiungere l'intesa...».
- Allo stesso tempo il «mondo della vita» è il grande contenitore in cui si conservano e si trasmettono i risultati delle interpretazioni delle generazioni precedenti. Non bisogna però pensare al mondo della vita come qualcosa di vitale e per ciò stesso privo di razionalità: al contrario, esso è pervaso dalla razionalità, ma non da quella strategica ma comunicativa.

Alcuni consigli ai Mass Media

Habermas postula pragmaticamente l'esigenza del consenso come fondamento della interazione sociale; i mezzi di comunicazione devono seguire le seguenti regole:

- Informare a proposito degli eventi socio-politici che presentano;
- Creare piattaforme plurali per il dibattito intelligente;
- Imporre meccanismi diretti a chi occupa incarichi pubblici;
- Resistere a tutti i tentativi del servizio alle forze esterne del pubblico;
- Rispettare ogni membro del pubblico.

- Allo stesso modo, se si stesse conducendo uno studio sociologico sul **pregiudizio di genere** , si potrebbe combinare sia l'approccio nomotetico che quello idiografico. Un approccio nomotetico potrebbe includere la raccolta di statistiche, come il numero di donne in cariche politiche o dati sul **divario retributivo di genere** . Tuttavia, i ricercatori farebbero bene a parlare anche alle donne (ad esempio, attraverso interviste o focus group) delle proprie esperienze con il sessismo e la discriminazione.
- In altre parole, combinando le statistiche con le informazioni sulle esperienze vissute degli individui, i sociologi possono sviluppare una comprensione più completa di argomenti come il razzismo e il sessismo.

Razionalità e «pubblica opinione»

- «...Opinioni non pubbliche sono in funzione su larga scala e «L'opinione pubblica» è di fatto una finzione;
- tuttavia occorre mantenere il concetto di «opinione pubblica» in senso comparativo, poiché la realtà costituzionale dello Stato sociale deve essere interpretata come il **processo nel cui corso si realizza una dimensione pubblica con funzioni politiche**: ciò significa che l'esercizio del potere sociale e del dominio politico viene effettivamente sottoposto al precetto democratico della pubblicità. Da questa dimensione comparativa dell'evoluzione dello stato e della società debbono essere dedotti i criteri con i quali misurare empiricamente le opinioni sul **metro del loro carattere pubblico**; direi di più, una tale verifica empirica in senso comparativo dell'opinione pubblica è oggi il mezzo più sicuro per giungere ad affermazioni sicure e comparabili sul valore di integrazione democratica di un concreto assetto costituzionale.»

Opinioni formali e informali

- Informali: personali, non pubbliche
- Formali istituzionalmente autorizzate
- Opinioni informali:
 - ❑ i luoghi comuni indiscussi di un certa cultura, i tenaci risultati di un processo di acculturazione che sfuggono normalmente al controllo di una riflessione personale (pena di morte, morale sessuale ecc...)
 - ❑ le esperienze della vita personale, i risultati vischiosi di quegli schoks della socializzazione che si sono sottratti alla riflessione: per esempio le idee sulla guerra, e sulla pace, certi desideri di sicurezza ecc...
 - ❑ I luoghi comuni spesso dibattuti , dell'industria culturale, cioè i labili risultati di quello stilicidio pubblicitario o anche di quella rielaborazione propagandistica cui i consumatori sono sottoposti specialmente nei tempi liberi

Opinioni «quasi pubbliche»

- Opinioni «quasi pubbliche». Si riconducono a istituzioni ben determinate. Si tratta soprattutto di opinioni che circolano in una cerchia relativamente ristretta al di sopra della massa della popolazione, **tra la grande stampa politica, la pubblicistica critica e gli organi che deliberano e decidono con competenze politiche o politicamente rilevanti** (commissioni di governo, parlamentari partiti, sindacati, associazioni...) Anche se queste opinioni quasi pubbliche possono rivolgersi ad un largo pubblico non soddisfano le condizioni di un dibattito pubblico secondo il modello liberale. Esse sono **continuamente privilegiate in quanto istituzionalmente autorizzate e non stabiliscono alcuna reciproca corrispondenza con la massa non organizzata del pubblico»**

Sfera pubblica/Opinione pubblica

- «...Nell'anno della pandemia da Covid-19 e dei conseguenti discorsi mediatici prodotti senza soluzione di continuità, può essere utile proporre una riflessione su due concetti utilizzati frequentemente nel discorso pubblico, ma spesso in maniera disordinata e imprecisa. Mi riferisco a *“sfera pubblica”* e *“opinione pubblica”*. La confusione sul loro utilizzo è dovuta al fatto che molte volte vengono ritenuti sinonimi di concetti quali: spazio pubblico, dimensione pubblica – per quanto riguarda il primo termine – e dibattito pubblico, pensiero comune – per quel che concerne il secondo...»
- In realtà, siamo di fronte a due concetti cardine della sociologia e della teoria sociale, il cui chiarimento e approfondimento si deve a due studiosi classici delle scienze sociali quali Jürgen Habermas e Pierre Bourdieu. Rifacendoci al pensiero di Habermas, approfondiamo i due concetti.

SFERA PUBBLICA

- “Sfera pubblica” è la traduzione italiana del concetto di Habermas, “Öffentlichkeit”, inteso come uno spazio di incontro e argomentazione tra soggetti liberi, detenenti uguali diritti di parola, che affrontano problemi di interesse collettivo e sottopongono al vaglio intersoggettivo le loro idee-opinioni espresse attraverso forme argomentative. La traduzione italiana non ha mai reso pienamente giustizia al significato profondo del termine tedesco. D'altronde, tradurre è sempre tradire.
- Per “sfera pubblica” è dunque da intendersi uno spazio intermedio tra il pubblico, come sede del potere politico e delle passioni collettive, e il privato, come area della produzione e riproduzione degli interessi e degli orientamenti individuali. Si tratta dunque dello spazio della parola, della critica e dell'argomentazione razionale in cui i segnali e gli impulsi della società civile vengono elaborati e rappresentati alla sfera del potere politico e in cui le azioni del pubblico potere vengono sottoposte al vaglio della critica e del giudizio.
- Le conversazioni che prendono forma in questo spazio – che può essere in presenza fisica o a distanza – riguardano argomenti d'interesse comune e i soggetti partecipanti si danno da fare per proporre soluzioni a eventuali problemi o per condividere le loro opinioni o proposte su un fatto inerente al bene comune e, dunque, dalla rilevanza “collettiva”

Opinione pubblica

- Per quanto riguarda invece il concetto di “opinione pubblica”, potremmo dire, che essa *“non esista”*. In effetti, si tratta di un concetto costruito in base alla scelta di temi inseriti nell’agenda e utilizzando un gruppo di persone alle quali si richiede un’opinione. Ma la questione è spinosa e nasconde una serie di “trucchi”. Ad esempio, il tema su cui è richiesta un’opinione è sempre scelto da chi ha come obiettivo quello di ottenere percentuali di risposte su una certa questione, ossia di conoscere “l’opinione pubblica” di un determinato numero di persone – gli intervistati – che in uno specifico momento vengono contattati per partecipare all’indagine.
- Si evince in questo caso la diversità tra le risposte espresse dagli intervistati in una situazione artificialmente prodotta come quella di un sondaggio, rispetto alle opinioni espresse dagli stessi soggetti in una situazione di vita quotidiana, quando invece vige la regola dell’interazione tra pari che impone il confronto, la richiesta di spiegazioni, il pettegolezzo pure. Le domande prodotte dall’intervistatore (o da un software) sollevano infatti o un ineliminabile imbarazzo, dovuto a una sorta di obbligo di assumere immediatamente e precipitosamente una posizione rispetto a una tematica, oppure conflitti morali che possono comportare l’apparizione di diverse “non risposte” nel computo finale.

- A fronte dell'imbarazzo suscitato dal tema, non è infatti raro che l'intervistato scelga appunto di non rispondere per evitare ulteriori domande o conflitti, tutelando così una forma diplomatica di interazione nei confronti dell'intervistatore. Ma ciò chiaramente non vuol dire che il soggetto intervistato non abbia una opinione.
- Altro nodo problematico del concetto riguarda il postulato della "*produzione universale di una opinione*". Quest'ultima, riferendosi inevitabilmente a un tema – si ha una opinione di qualcosa o di qualcuno – nasconde una profonda mistificazione della realtà riferita alla differenza di capitale culturale detenuto dai soggetti che rispondono: la difformità tra gradi di cultura e conoscenza determina dunque opinioni pubbliche e risposte che vengono guidate dai soggetti che decidono quali individui intervistare. Corollario a ciò, l'inevitabile mancanza di informazioni inerenti al tema su cui viene posta la domanda.

Sfera pubblica/Opinione pubblica

- Nascita: **la sfera pubblica** può essere generata da altre forme di socialità o nascere da incontri casuali. **L'opinione pubblica** è sempre generata da una domanda che viene posta a uno specifico gruppo di soggetti tramite sondaggi, questionari, interviste, ecc. Tuttavia, entrambe sono caratterizzate da un grado di permeabilità che soltanto le ricerche empiriche possono valutare in base alle caratteristiche del contesto analizzato.
- Forma: **la sfera pubblica** è aperta, inclusiva, partecipativa, democratica, controllabile; essa può generarsi in qualsiasi momento e in qualsiasi luogo se si verifica un “problema” che interessa le persone presenti. **L'opinione pubblica** è vincolata nell'accesso, poiché costruita artificialmente da chi ha interesse a veicolarne il peso specifico: media, politici e amministratori di professione, giornalisti, editori, professionisti nel campo della comunicazione, imprenditori, ecc. i quali decidono anche l'agenda dei temi.
- Comunicazione: **la sfera pubblica** implica la necessità di utilizzare una razionalità comunicativa nel rivolgersi agli altri e nel comunicare le proprie argomentazioni: informarsi, convincere o essere convinti. **L'opinione pubblica** viene spesso costruita, veicolata e nutrita dalle emozioni che si diffondono (o vengono diffuse) tra i partecipanti a un sondaggio, un forum in rete, una manifestazione in piazza, ecc. Ai soggetti che esprimono la propria opinione non viene richiesta un'argomentazione ma soltanto, molto spesso, una risposta laconica.

- Uguaglianza: **la sfera pubblica** tende a concedere uguaglianza ai partecipanti, in termini di parola e argomentazione, poiché considera tutti i soggetti qua individui, ovvero spogliati dei loro ruoli (almeno in linea teorica). **L'opinione pubblica** può invece esercitare violenza simbolica nei confronti di coloro che non hanno sufficiente capitale culturale per esprimersi (o ne hanno troppo) oppure di coloro che decidono di non rispondere alle domande.
- Sviluppi: **la sfera pubblica** può generare opinione pubblica. Le argomentazioni prodotte per trovare soluzioni a problemi di interesse collettivo potrebbero generare opinioni e prese di posizioni da parte dei soggetti che vengono a conoscenza (o partecipano o ne sono toccati) delle decisioni assunte dal gruppo costituente sfera pubblica. Viceversa, da **opinioni pubbliche** veicolate, ad esempio, dai media, possono nascere forme di socialità e di agire che rappresentano sfere pubbliche.
- Tema: **dalla sfera pubblica** possono emergere sollecitazioni di temi da dibattere, suggerimenti di provvedimenti da assumere da parte del potere politico, forme di critica o di consenso, ecc. **L'opinione pubblica** viene invece sollecitata, da chi ne ha le risorse e le capacità, su un tema già presente oppure su qualcosa che si vuole far diventare, appunto, opinione pubblica e dunque utilizzare per influenzare politici, amministratori, leader d'opinione, ecc.
- Identità: **nella sfera pubblica**, i soggetti cercano forme di riconoscimento identitario attraverso le proprie argomentazioni e le forme di agire comunicativo che decidono di mettere in atto. Dal capitale reputazionale ottenuto e dalla qualità delle azioni svolte nella sfera pubblica, è possibile che alcuni soggetti divengano leader di opinione. **L'opinione pubblica**, invece, può utilizzare tali leader per rafforzare un tema o proporre uno ex novo, ma difficilmente può costruire ex nihil soggetti del genere, poiché non produce un processo di costruzione identitaria.

Pensiero importante

- Habermas sostiene che non si debbano riconoscere le minoranze nazionali come forme di «società separate» cui riconoscere «diritti di gruppo» diversi da quelli di tutti gli altri. I principi su cui di fonda lo Stato democratico e liberale sono universali e garantiscono a ognuno la tutela delle tradizioni culturali del gruppo cui appartiene, senza per questo dover concedere dei veri e propri «diritti di gruppo». Una cultura può essere «protetta», «garantita», solo se non la si sottrae al confronto e se non si toglie all'individuo il diritto di dire di sì o di no al suo gruppo di origine. Questo vale per ogni cultura, anche per quella della maggioranza, che non può sottrarsi a una costante revisione critica, pena la perdita di «vitalità».

Gestione dei media

- L'utilizzo dei nuovi strumenti comunicativi deve essere:
 - Regolamentato secondo dettami costituzionali che difendano i diritti umani;
 - Devono favorire un approccio sociale finalizzato allo sviluppo di un welfare che vada incontro alle necessità della popolazione.
 - **ATTENZIONE**
 - Occorre anche una specifica educazione per un corretto apprendimento circa l'accessibilità e la fruibilità digitale.
 - Vi è inoltre un determinante fattore politico economico. Il «divario digitale» sta infatti privando la maggior parte della popolazione mondiale di opportunità e diritti.
 - **"Così come la stampa ha reso tutti gli esseri umani potenziali lettori, la digitalizzazione oggi rende tutti potenziali autori. Ma quanto tempo c'è voluto perché tutti imparassero a leggere?"**
 - (LEGGERE PAG 65-67: «Nuovo mutamento della sfera pubblica e politica deliberativa»)