

Hauke Brunkhorst, *Habermas*, Firenze University Press, Firenze 2008, 107 pp.

Un'introduzione straordinariamente agile: in settantasette pagine Brunkhorst traccia una panoramica dei fondamenti concettuali sui quali Habermas ha edificato «l'intera sua opera», mettendone limpidamente in luce le principali fratture, ma soprattutto gli elementi di continuità del «programma» o «progetto» ad essa sottesi. Visione unitaria che emerge fin da subito: «la teoria habermasiana della società parte da un'esplicitazione *linguistica* del concetto *filosofico* di ragione, e poi utilizza questo concetto per sviluppare una teoria *sociologica*. [...] Habermas non è soltanto un filosofo né soltanto un sociologo, bensì piuttosto l'autore di una teoria interdisciplinare della società. Il concetto di *società* costituisce il centro della sua opera» (6). In breve, trasgredisce una scansione rigorosamente cronologica per mirare al «cuore»: alle domande di fondo che ne animano il dinamismo interno e alle strategie complessive adottate per farvi fronte; e tiene altresì sempre nella massima considerazione i molteplici e intensi rapporti, spesso «di dialogo e di rapina», intessuti da Habermas, anche in virtù del suo «fecondo eclettismo», con maestri, «maestri dei maestri», colleghi e «rivali», «ai quali occorre dunque risalire continuamente» (36-7). Interpretazione magistrale e fortemente partecipata, il cui rapporto di stretta familiarità con temi, approcci e soluzioni discusse si traduce in un dialogo la cui vivacità non può che stimolare il lettore. Fin dal capitolo iniziale Brunkhorst mette in gioco le principali categorie del *corpus* habermasiano schizzandone le fondamentali dinamiche evolutive, non risparmia da ironiche stoccate le correnti (pseudo)ermeneutiche più modaiole, e non rifugge di tanto in tanto dal prendere esplicitamente posizione. Il secondo capitolo verte sulle classicissime questioni della comunicazione, «del rapporto di ragione e scienza sociale, poi del concetto filosofico di “ragione comunicativa”», e infine «di quella mediazione di “ragione” e “società” che riconduce Habermas alle origini francofortesi della Teoria sociale» (19). La prospettiva è sempre volta a far luce sulle «tesi centrali» che reggono le impalcature teoriche e teoretiche habermasiane nel modo più chiaro possibile, sì che anche un lettore non specialista possa coglierne i nuclei senza eccessive difficoltà, ma che nel contempo possa giovare di una disamina che spazia a trecentosessanta gradi sulla loro genesi (storico-filosofica e storico-sociologica), concatenazione e trasformazione. Il terzo capitolo mira «a mostrare come Habermas prenda inizialmente le mosse dalla costellazione hegeliana di Marx e Adorno, ne prenda a un certo punto le distanze, ma poi finisca – tutto sommato – col restarle sostanzialmente fedele» (38). Delle varie questioni trattate, vorrei soffermarmi sul fatto che egli si allontana da quel «“punto di fuga” platonico, dove la stessa teoria critica di Adorno, senza mai rinnegare l'ideale della eguaglianza, finisce tuttavia per diventare elitaria» (44): «passando dal piano della cultura a quello della società, e dalla sovrastruttura alla base, la critica habermasiana della “cultura di massa” e della “industria culturale” si relativizza e si restringe a una sfera ben specifica della società», in questo modo «la critica dell'industria culturale torna a essere la critica di una “spoliticizzazione della comunicazione pubblica” causata dalla concentrazione di potere e capitale» (48). Distinta poi la concezione della «autorità eticamente giustificata» dalle teorie del potere di Butler e Foucault, e passando al piano dello Stato di diritto democraticamente costituito, Brunkhorst riscontra al riguardo il «silenzio» di questi ultimi nonché «dei postmarxisti Laclau, Mouffe e Žižek» (50-53). Rimarca quindi che «*media* simbolicamente generalizzati come *potere e denaro* – che

sono *sostitutivi* di argomentazione e consenso – devono essere tenuti rigorosamente distinti sia dai media di diffusione (giornale, televisione, internet) che si limitano ad *amplificare* argomentazione e consenso (potendo produrre discorsi *egemonici* [*hegemoniale* Diskurse] tramite amplificazione unilaterale) sia dai media come *influenza* e *legame-al-valore, autorità e reputazione* [...] ancorché “appoggiati” a denaro, potere o egemonia [*oder* Hegemonie]» (53). Credo tuttavia che la «decisiva mossa habermasiana di distinguere nettamente – sul piano dei media – il *riferimento-al-valore* dal *denaro* e dal *potere*, nonché questi ultimi (media simbolici della comunicazione generalizzata) dagli strumenti della semplice *amplificazione tecnica*» (53), sia appunto uno dei passaggi oggetto di critica dei nuovi teorici dell’egemonia (Mouffe e Laclau). Le fitte correlazioni tra gli stessi fenomeni dell’«appoggiarsi a potere e denaro o egemonia», della «concentrazione di potere e capitale» e del processo complessivo di formazione di egemonia (*Hegemoniebildung*) in relazione ai media di diffusione (81), possono infatti rendere problematica, su diversi piani, la «sistematicità» di una distinzione che circoscrivendo la funzione dei media di diffusione a quella di «mera amplificazione tecnica» mi pare sottostimarne da diverse prospettive la portata, e nel contempo restringere eccessivamente la tematizzazione dell’impatto delle forme correlate della conquista e dell’esercizio dell’egemonia.

L’ultimo capitolo è infine dedicato ad una articolata disamina della discussione con Luhmann e alla «ripresa, sviluppo, superamento e infine rifiuto della antropologia filosofica» (57) nella quale emerge, come sottolinea Enrico Zoffoli nella sua bella postfazione sullo sgravio, la centralità attribuita al «nesso di reciproca co-implicazione tra democrazia e diritti (*Verbindungsthese*) [...] dello Habermas di Brunkhorst» (95). Corredato da un glossario essenziale e da una bibliografia aggiornata e ampliata da Leonardo Ceppa, che ne ha reso la lettura piacevolmente scorrevole, si chiude un volume che merita, a mio avviso, di esser letto.

Marco Solinas
Università di Firenze
marco.solinas.serra@gmail.com