**METODOLOGIA FENOMENOLOGICA E COMUNICAZIONE**

La fenomenologia nasce come elaborazione continua di pensiero, indagine interminabile, che radica nell’esperienza il proprio atteggiamento teoretico. Non è un caso se il suo principale teorizzatore, Husserl, ha organizzato il suo progetto come un continuo sforzo di sistematizzare il proprio pensiero, importante perché i fenomeni già analizzati non sono statici, ma mutano nel tempo.

Il contributo di Husserl è da inquadrare nel clima scientifico del XX secolo, caratterizzato dal Positivismo e dall’oggettivazione delle scienze, che hanno acquisito come proprie le questioni della filosofia, tanto che ci si comincia a chiedere a cosa serva la filosofia stessa.

Husserl, invece, ritiene che la filosofia debba porsi come **critica positiva dei principi e dei metodi**. Egli parla di **filosofia come scienza rigorosa**, e avverte ciò come una vera e propria urgenza dettata da un pericolo interno al naturalismo: il rischio del diffondersi di un **atteggiamento di oggettivazione del mondo**, che verrebbe ridotto superficialmente a sensazione**, rendendo difficile vedere le essenze del mondo.**

Secondo Husserl, quindi, il metodo fenomenologicamente fondato rende possibile la **ricerca d’essenza**, l’eidos non condizionato, cioè ciò che c’è prima di ogni concetto. Quindi essa si pone non come scienza dei dati, ma come **scienza di essenze**. Il suo carattere innovativo sta nella sua finalità, cioè il ritorno alle cose stesse, prima che esse vengano imbrigliate nelle categorie e nei concetti delle scienze naturali.

Quindi l’atteggiamento fenomenologico sollecita ad avvicinarsi all’**autenticità del fenomeno**, cioè comprendere il senso degli eventi nell’ambito dell’Erlebnis, cioè il luogo originario in cui si manifestano i fenomeni che giungono alla coscienza senza mediazione.

Per mantenere la condizione di immediatezza, bisogna considerare solo ciò che del fenomeno giunge alla nostra coscienza.

Quindi, per guardare all’autenticità dei fenomeni, è necessario sospendere il giudizio intorno a tutto ciò che va oltre l’immediatezza del fenomeno. Husserl chiama questo atteggiamento **epoché**, cioè **messa tra parentesi**: esso non incide sul corso dell’esperienza, ma sull’atteggiamento verso il suo manifestarsi.

Nel **fenomeno comunicazione**, la messa tra parentesi “purifica” la comunicazione dalle stratificazioni che la rendono “dato ovvio” ridotto nei linguaggi, impedendo di cogliere la dimensione originaria di relazione comunicativa. Quindi bisogna mettere tra parentesi i linguaggi e le forme attraverso cui si esplica chi sta parlando.

L’atteggiamento metodologico pone in evidenza l’esistenza di un mondo pre-categoriale (della vita) e di un mondo categoriale (del pensiero). Il presupposto per conoscere è solo nel mondo pre-categoriale perché è nell’eperienza vissuta che l’oggetto diventa noema di una propria noesi, cioè oggetto mentale collegato a un atto intenzionale.

Husserl specifica che è nella “percezione sensibile” che la cosa appare nel suo reale significato, e non nella sensazione perché essa offre solo dati psichici mutevoli. Invece la percezione sensibile coglie l’oggetto nella sua globalità, in modo immediato. Quindi è un’intuizione “sensibile”, ci dà in modo evidente la presenza spazio-temporale dell’oggetto. Sull’intuizione sensibile è possibile una prima astrazione – chiamata astrazione sensibile - che per oggetto concetti sensibili (per es. casa). Su questa può essere effettuata un’ulteriore astrazione puramente categoriale (per es. unità, pluralità…).

L’atteggiamento fenomenologico compie, quindi, un costante movimento tra sensazione e percezione nella comunicazione. Quindi possiamo avere: sensazione comunicativa, percezione comunicativa, linguaggio. Tutti e tre questi elementi convergono nell’interazione interpersonale.