

L'espace public: fondements et prolongements GPB 8 N°1

-Bernard Miège

-Gresec (EA N° 608)



Une question ancienne remontant à la philosophie allemande des Lumières (le Conflit des Facultés d'E. Kant)

Qui a été réactivée dans les années 70' et 80'(J. Habermas; H. Arendt, « Condition de l'Homme moderne »),

Du point de vue de la philosophie politique et dans le cadre d'une théorie de l'action.

Et aujourd'hui en profond renouvellement, décisive même pour les SIC.

1. Habermas (I): la publicisation des opinions au sein de l'EP Politique

- Le principe de publicité (die Publizität)= opposé historiquement par les bourgeois cultivés, capables de raison, à la pratique du secret qui était celle de l'Etat monarchique
- Espace de médiation entre la société civile et l'Etat, lieu du pouvoir politique, abordé dans une perspective généalogique plus qu'historique (Angleterre, France et principautés allemandes des 17° et 18°)
- Les médias naissants et les cafés ou les salons sont à l'origine de la formation d'une « opinion publique »: critique rationnelle + argumentation
- Renforcement de ce principe de publicité dans les états démocratiques, par delà les guerres, jusqu'à la fin du 20°

2. Habermas (II): l'agir communicationnel (Théorie de.., Fayard, 2 tomes, 1987)

- **Max Weber: l'émergence des sociétés modernes comme rationalisation de + en + poussée (> pensée mythique); y.c. une philosophie de la conscience et du sujet (cf. L'Éthique protestante...)**
 - (1) **Agir téléologique (ou stratégique)= action en vue d'une fin**
 - (2) **Agir régulé par des normes (=axiologique)**
 - (3) **Agir dramaturgique, expression du monde intérieur subjectif ou volonté de manipulation (cf. Goffman)**
- (1) **présuppose un monde objectif, (2) un monde objectif et un monde social, (3) un monde (expressif) intérieur et un monde extérieur. Le langage est un simple outil.**

- Jürgen Habermas ajoute l'agir communicationnel: le langage est medium d'intercompréhension à partir des mondes vécus interprétés des interlocuteurs, dans une perspective pragmatique.
- D'où: non plus une évaluation des actions à partir des critères de vérité (1), justesse (2) et authenticité (3), mais seules les parties prenantes à l'échange peuvent émettre des prétentions à la validité, grâce à l'argumentation >on peut faire l'épreuve de la démocratie, construire son monde vécu, se socialiser, au-delà des pathologies de la rationalisation (ex: les médias décroisonnent même s'ils déforment)
- = émancipation de la raison au travers de l'agir com. et de l'intercompréhension. Mélange des 4 agir dans le réel.

3. Habermas (1) et (2): quelle articulation?

- Une articulation d'autant plus problématique que la question est posée en termes de philosophie politique seulement,
- Et que la domination de la TV généraliste ainsi que le dvt des Rlp entraînent un processus de réféodalisation (> « administration » de la communication).
- Mais rectification en 1991: les médias de masse ont des effets opposés, le potentiel démocratique est frappé d'ambiguïté.
- A partir de là: 1° complexité des modèles de communication; 2° déplacement des relations entre E P et sphère privative; 3° prise en compte des stratégies de communication et 4° activité communicationnelle et activité langagière.

4. Prolongements ou repositionnement (années 1990)

+ petits pas théoriques:

- Déjà dans un cours commun avec Yves de la Haye dans les 70'
- Bled (1990): pour un élargissement de la conception de l'EP.
- Lyon (décembre 1991): première proposition des 4 modèles
- Revue Hermès N°17-18, 1995: « l'EP au-delà de la sphère du politique »
- L'ouvrage (s.l.d. Isabelle Pailliant) « l'EP et l'emprise de la communication », publié en 1995
- Le chap. 4 du tome 2 de « La société conquise... » avec un titre qui ne correspond pas tout à fait au contenu (Un espace morcelé et des pratiques individualisées)

+ premières propositions:

- **L'analyse des « relations publiques généralisées »**
- **Le primat d'un EP plus sociétal que politique, fragmenté et pluriel**
- **La question de l'enchevêtrement entre espace public et espace privé (cf. travaux de S.Proulx, J. Joüet, P. Beaud, etc.)**
- **Et déjà des indications sur l'individualisation des pratiques (cf. aussi la TV de l'intimité).**

+ autour des modèles d'action communicationnelle:

- **Un modèle = une représentation simplifiée d'un processus, d'un système, exprimant des récurrences ou des « régularités » (ne dispense aucunement de l'analyse concrète des situations et des enjeux)**

- **Une émergence successive qui n'a rien d'obligé**
- **Une relation systémique qui n'efface pas les modèles précédents, mais les assujettit au modèle dominant**
- **Une nécessité théorique: ne pas s'en tenir aux supports et aux médias pour structurer le développement historique > à quelles stratégies d'acteurs et à quelles causalités multiples et croisées correspond l'émergence d'un nouveau modèle?**
- **Au delà de l'EPPolitique (en régime démocratique), prise en compte de tendances marquant d'autres sociétés.**
- **Un modèle de communication ne saurait servir de base à des prévisions**
- **Il ne saurait montrer tout ce qui constitue à un moment donné un EP et les actions se déroulant en son sein**
- **Il faut postuler cependant une relative homogénéité structurelle**

- Un modèle d'action communicationnelle désigne donc une représentation simplifiée d'un ensemble de processus récurrents à l'œuvre dans la société ou dans un champ social, en liaison avec l'activité de médias et affectant la *communication médiatée*.
 - Exemple: la directivité de la communication (de point à masse) engendrée par les médias av de masse (avec des changements dans la dernière période), saisie à partir des JT.
 - Exemple: les possibilités d'interactivité ouvertes par la plupart des Tic et notamment par le Web 2.0

.

4 modèles

Presse d'opinion

Presse commerciale de masse

Médias audiovisuels de masse

Relations publiques généralisées

5. Les mutations à l'oeuvre

- Mutations s'inscrivant dans la longue durée mais s'affirmant à partir du tournant du siècle (qui sont autant de cadres de référence de l'EP fragmenté)
 - La marchandisation et même l'industrialisation de la communication
 - La médiatisation technique de la communication
 - L'informationnalisation > globalisation
 - L'individualisation des pratiques sociales
 - Les changements dans l'ordre de la régulation et l'affaiblissement des politiques publiques
 - L'élargissement du domaine médiatique
 - Le marketing « total » de la vie publique
 - La superposition difficilement discernable des médiations
 - La technicisation du contrôle social

- **Et la question controversée de l'individualisation des pratiques sociales (informationnelles, culturelles et communicationnelles)**
 - **Car le plus souvent le regard est focalisé autour de visions techno- déterminées ou fondées sur l'expressivité,**
 - **Et concerne des usages sociaux et non des pratiques sociales- symboliques**
 - **Mais effectivement: autour d'outils, avec des effets générationnels marqués, avec une permanence des inégalités sociales et des effets de distinction, un déplacement et une interpénétration des sphères d'action et une logique du cumul.**

6. Deux perspectives en débat:

- **L'émergence de nouvelles normes d'action communicationnelles:**
 - **Interpénétration de la sphère privée et de la sphère du travail**
 - **Individualisantes, elles requièrent de nouvelles compétences:**
 - **Dans l'organisation de l'activité de travail**
 - **Dans les collectifs de travail**
 - **Dans la gestion de sa vie quotidienne**
 - **Dans la formation continuée tout au long de la vie (>pourquoi les TICE?)**

Un nouveau modèle d'action prenant appui sur les TICs

- **De nombreux éléments vont dans le sens du constat de son émergence**
- **Il s'agit:**
 - d'un modèle de plus en plus sociétal (quid de la communication politique avec les Tic?)
 - d'une perspective qui permet de relier et de donner sens aux Tic, diverses et apparemment indépendantes les unes des autres
 - d'un modèle en interaction avec les précédents, beaucoup plus qu'on ne le reconnaît généralement

> 5 modèles

Presse d'opinion

Presse commerciale de masse

Médias audiovisuels de masse

Relations publiques généralisées

Via les TICs?

7. Et des questions en discussion:

- De la nécessité de distinguer sphère publique et espaces publics, ainsi que Öffentlichkeit et privater Bereich (concomitamment à la séparation de l'Etat et de la société, et à l'individualisation des pratiques);
- Un EP fragmenté est-il toujours un espace public?
- Comment articuler EP et médiations?
- Faut-il réduire la coordination de l'action aux actes langagiers et à l'éthique de la discussion, à l'intercompréhension médiatée par le langage?
- Une conception normative de la modernité et de l'action sociale est-elle nécessaire?