



2001 Bagues GLOBALISME et PLURALISME



Montréal, 24 au 27 avril 2002

Mihai Coman

Faculté de Journalisme et des Sciences de la Communication
Université de Bucarest
ROUMANIE

Une approche symbolique de l'espace public

NOTA BENE

L'accès aux textes des colloques panaméricain et 2001 Bagues est exclusivement réservé aux participants. Vous pouvez les consulter et les citer, en respectant les règles usuelles, mais non les reproduire. Le contenu des textes n'engage que la responsabilité de leur auteur, auteure.

Access to the Panamerican and 2001 Bugs' conferences' papers is strictly reserved to the participants. You can read and quote them, according to standard rules, but not reproduce them. The content of the texts engages the responsibility of their authors only.

El acceso a los textos de los encuentros panamericano y 2001 Efectos es exclusivamente reservado a los participantes. Pueden consultar y citarlos, respetando las pautas usuales, pero no reproducirlos. El contenido de los textos es unicamente responsabilidad del (de la) autor(a).

O acesso aos textos dos encontros panamericano e 2001 Bugs é exclusivamente reservado aos participantes. Podem consultar e cita-los, respeitando as regras usuais, mais não reproduzí-los. O conteúdo dos textos e soamente a responsabilidade do (da) autor(a).

Mihai Coman

Faculte de Journalisme et des Sciences de la Communication

Universite de Bucarest, Roumanie

Une approche symbolique de l'espace public

Selon la définition « canonique » proposée par J. Habermans, « la sphère publique bourgeoise peut être d'abord comprise comme étant la sphère des personnes privées rassemblées en un public. Celles-ci revendiquent cette sphère publique réglementée par l'autorité, mais directement contre le pouvoir lui-même, afin d'être en mesure de discuter avec lui les règles générales de l'échange (...) Le médium de cette opposition entre la sphère publique et le pouvoir est originel et sans précédent dans l'histoire : c'est l'usage public de la raison » (1978, p. 38). D'après Habermans, l'espace public n'existe qu'en tant que somme intégrale et inaltérée de ces attributs : positionnement entre la zone du privé et celle de l'Etat, caractère rationnel, argumentatif des débats, centrage sur les thèmes politiques majeurs, d'intérêt public. La modernité, selon Habermans, entraîne une altération radicale du fonctionnement de l'espace public: l'intérêt économique (composante de la vie privée) devient ainsi le principal moteur de la production de message médias ; l'accès à un public de plus en plus vaste (transformé en consommateur) a pour résultat la distorsion des messages, l'adaptation de leur contenu aux attentes et au niveau psychologique des publics, donc la disparition de la dimension rationnelle spécifique aux débats de l'espace public : « La grande Presse repose sur le détournement à des fins commerciales de la participation à la sphère publique de larges couches de la population : procurer aux masses essentiellement un simple accès à la sphère publique. Cependant, cette sphère publique élargie perd

son caractère public dès lors que les moyens mis au service de « l'accessibilité psychologique » ont pu être transformés en une fin en soi : maintenir la consommation à un niveau déterminé par les lois du marché » (1978, p. 177).

Les recherches et les débats théoriques de substance révèlent, selon B. Francois et E. Neveu (1999, p. 15-16) trois « lectures critiques », qui portent sur : a) « l'idealisation de l'âge d'or de l'espace public » ; b) « le rapport populaire au public » et l'absence d'intérêt pour les espaces publics populaires ; c) le tribut que Habermans a dû payer à l'état de savoirs de son époque. À son tour N. Garnham souligne les suivants points vulnérables : a) le caractère excessivement rationaliste des règles de procédure : celles-ci « excluent de la sphère publique, car les trouvent illégitimes, non seulement un grand nombre de formes spécifiques du discours, mais aussi tous ceux qui ne détiennent le capital culturel nécessaire à la mobilisation de ces formes du discours » (2000, p. 170) ; b) le caractère rigide de l'opposition entre le public et le privé, ce qui a pour résultat l'exclusion de certaines catégories de public ; c) le caractère universel des valeurs et des normes que je considère déterminantes pour la constitution de l'espace public : cette perspective ignore les différentes identités spécifiques aux sociétés multiculturelles et nie la possibilité d'avoir « un modèle décentralisé, de multiples sphères publiques, exprimant chacune des identités culturelles, des cultures et des formules de vivre distinctes » (2000, p. 170). Dans cette même perspective, P. Dahlgren a identifié trois zones d'ambiguïté : a) « le caractère patriarcal » du modèle d'espace public de Habermans, qui exclut la participation de certaines classes et catégories sociales ; b) le fait d'ignorer la sphère publique « plébéienne, populaire, informelle et oppositionnelle », d'autres forums pour modeler la conscience politique ; c) une perspective implicite sur les mécanismes de production des significations, une perspective « abstraite et formaliste » qui ne tient pas compte de « la complexité ni des contradictions de la production de significations, des déterminations sociales

concrètes et des ressources culturelles » impliquées dans le dialogue social et la création d'opinions (1991, p. 6). R. Kunelius et C. Sparks considèrent à leur tour que le modèle de l'espace public mentionné est marqué par plusieurs séries d'oppositions contestables : public / privé, débat / action, raison / rationalité ; il y ajoute deux zones de confusion axées sur les oppositions espace public réel / espace public idéal et espace public unique / espaces publics multiples (2001, p. 11 – 18).

Le dilemme né du modèle de J. Habermans provient essentiellement du fait qu'en partant d'une réalité historique spécifique, il construit un schéma normatif qu'il essaie ensuite de retrouver intact dans des évolutions historiques, à leur tour spécifiques. Le jeu entre empirique et normatif entraîne inévitablement le sacrifice d'un terme – et Habermans a choisi de sacrifier l'empirique en condamnant les évolutions contemporaines comme régression vers les étapes et phénomènes qui ont précédé la constitution de l'espace public sous sa forme accomplie. Or, comme Bernard Miegge l'a déjà montré, « cet espace public moderne a effectivement peu à voir avec le modèle habermassien. Ses caractéristiques paraissent être : l'asymétrie (en raison de l'importance grandissante des dispositifs communicationnels – aujourd'hui utilisés par la plupart des institutions sociales – et qui mettent les sujets citoyens en situation d' « interaction partielle » ; la diversification des modalités d'exercice (qui ne se limite plus à l'usage du discours argumentatif) ; l'éclatement et même le morcellement en « espaces » qui se juxtaposent, voire se superposent (un cadre dirigeant a les moyens via la lecture de lettres confidentielles et la participation à des groupes de réflexion de se comporter un peu comme le bourgeois dans les cafés littéraires du XVIIIe siècle ; mais il est également lecteur de la grande presse et surtout auditeur de JT...) ; l'inégalité de participation selon les classes et groupes sociaux (en fin du XXe siècle, les classes populaires n'en sont pas exclues comme plus d'un siècle auparavant ; mais elles ne prennent part

qu'occasionnellement ou par le biais de dispositifs de masse (...) ; et enfin une tendance à une certaine interpénétration avec la vie professionnelle ainsi qu'avec l'espace privé » (1989, p. 166).

Longtemps avant d'autres auteurs, Bernard Miege attire ainsi l'attention sur la dissolution de la définition « canonique » (i.e. habermassienne) de l'espace public et sur les transformations radicales qu'elle subit dans le contexte des nouvelles formes de communication sociale : a) l'émiettement et la multiplication des espaces publics – grâce, à la fois, aux nombreux dispositifs de communication et à l'accès au dialogue public de nombreuses catégories sociales différentes sur des critères d'âge, de sexe, de culture ou ethniques ; b) la diminution du poids que le discours argumenté et le débat exclusivement ancré dans les modèles classiques de la logique ont dans la définition des modalités de participation et de constitution de l'espace / des espaces public / publics.

Dans ce modèle, la presse occupe une position ambiguë et contradictoire, car elle est censée remplir plusieurs fonctions simultanément : a) support de débats – dans ce cas, les médias offrent seulement le support sur lequel viennent se fixer et par lequel sont transmises les idées ayant fait l'objet d'un débat public, sur les lieux spécialement destinés à cette fin, b) lieu de débat public – les médias se substituent aux lieux traditionnels (cénacles, cafés, théâtres, places publiques, etc.) et deviennent « l'espace » non-localisé, doté d'ubiquité, englobant et accessible aux débats sur des thèmes d'intérêt général ; c) alternative à l'espace public « canonique » - les médias créent, apportent au premier plan, façonnent et imposent de multiples espaces publics qui correspondent aux multiples dispositifs de communications et aux multiples identités culturelles et sociales. Dans les deux premiers cas, les médias *amplifient* le nombre de ceux pouvant avoir accès aux débats de l'espace public (l'accent est mis sur la dimension technologique qui fait des médias l'instrument optimal d'une diffusion globale, donc un facteur

d'intégration dans la sphère publique et de démocratisation de la vie politique) ; dans le dernier cas, les médias *produisent* des espaces publics (l'accent est mis sur la dimension communicationnelle qui fait que les médias apparaissent comme un système de construction de signification et de négociation des différentes représentations du monde). Nous retrouvons dans cette perspective des échos du point de vue proposé par J. Carey (1988) sur la capacité et la vocation des médias de créer une communion (métaphoriquement appelée) « rituelle » entre les participants aux interactions communicationnelles ; ces espaces publics décentralisés pourraient être interprétés comme des espaces communicationnels rituels, des espaces de débats, d'affirmation, de négociation, de sauvegarde et de création permanente de l'identité de groupe. Mais pouvons nous concevoir l'espace public comme un espace rituel? Et les échanges à l'intérieur de l'espace public comme des constructions régies par la logique symbolique?

La recherche de la relation entre les médias et les manifestations symboliques (rite, mythe, religion, sacré, liminalité, magique) a été, le plus souvent, dominée par l'intérêt pour la *médiatisation* de ces manifestations ; ceci a signifié se cantonner dans l'étude des modifications que le support technologique, le système de production (avec les pressions économiques, hégémoniques ou organisationnelles) ou le discours journalistique apportent dans la structure ou la signification des phénomènes en question. De mon point de vue (M. Coman, 2001), l'étude anthropologique doit dépasser la problématique de la médiatisation (mise en medias) des cérémonies ou des thèmes mythiques pour s'ancrer dans la recherche de la construction médiatique de la réalité à l'aide du mythe et du rite. Autrement dit, il doit passer au-delà de l'investigation de la médiatisation du mythe et du rite et analyser la *ritualisation* et la *mythologisation* du monde par les médias.

Les journalistes ne sont pas seulement et exclusivement des médiateurs ; ils sont aussi des « createurs », qui produisent des discours, socialement acceptables,

concernant ces événements qui touchent, plus ou moins directement, leurs audiences. Ils le font à l'intérieur de la culture populaire, culture dominée par le primat du discours narratif, des approches symboliques, de la pensée à l'aide et à travers les figures de l'imaginaire. Ce discours, déterminé par les attentes du public et par les contraintes du travail journalistique, ne peut acquiescer à l'indétermination du débat argumentatif, spécifique aux élites intellectuelles. C'est un discours « captive », qui ne peut pas sortir du carcan de la narrativité, « condition nécessaire du compte rendu de l'événement, de son lisibilité, même si elle doit entraîner réduction et stéréotype » (M. Lits, 1996, p. 64). Discours qui construit ces récits à l'aide et à travers les figures du vocabulaire symbolique de la culture environnante et la syntaxe narrative familière au membre de cette culture. Finalement c'est un discours qui confirme, re-confirme et légitime les codes et les systèmes des valeurs de cette culture, même (peut-être spécialement) dans les moments où ceux-ci sont mis en doute par les crises. Dans son commentaire consacré à cette question, Barbara Philips a l'intuition de la position ingrate et unique du journaliste dans ce processus complexe d'annonce, présentation, emballage et traduction des phénomènes du monde environnant en formes culturelles accessibles : « En tant qu'auteur de concrétisations, le journaliste ressemble à l'empiriste primitif, au « bricoleur » mentionné par Lévi-Strauss. Tout comme lui, le journaliste teste la réalité en expérimentant la vie, non pas en structurant systématiquement l'expérience de vie » (1976, p. 121). Cela veut dire que le discours journalistique construit un modèle du monde qui ne repose pas sur la logique discursive mais sur des « logiques » à nature symbolique. Le journaliste est un « auteur de concrétisations » car les récits (d'événements ou de situations) et les interprétations qui les accompagnent sont ancrés dans les modèles narratifs, et non pas syllogistiques, d'organisations des faits. Je suis convaincu (voir Coman, 1994), qu'à l'époque moderne, les journalistes sont restés la seule catégorie des élites

intellectuelles qui offre au public des définitions du type narratif du monde immédiat. Les éditoriaux et les commentaires (de presse), les analyses politiques, les explications scientifiques (des livres d'écoles jusqu'aux traités les plus sophistiqués), les instructions pratiques (à commencer par celles concernant la santé, pour finir par celles concernant l'utilisation du téléphone portable), tous ces discours ciblés sur le public reposent sur des engrenages du type cause – effet, sur des constructions syllogistiques (plus ou moins complexes), sur une présentations discursive de l'univers environnant. Les visions du monde, dominées par de constructions du type narratif (dont la structure repose sur la logique de « la mise en intrigue » et non pas de la mise en syllogisme), ne sont utilisées, a part les journalistes, que par les historiens et les écrivains – les premiers se réfèrent à une réalité déjà consommée et inscrite dans une certaine mémoire (i. e. – mode d'interprétation) socialement acceptée, tandis que les derniers construisent une réalité possible, acceptée comme « réelle » uniquement à l'intérieur des cadres fixés par les conventions artistiques. Mais seulement les journalistes ont à faire avec la réalité immédiate, agissent sous la pression du temps et doivent offrir une version narrative du réel susceptible de satisfaire aussi les attentes des gens (besoin de surveiller le milieu environnant à l'aide de l'information) que les définitions de la réalité qu'ils utilisent (besoin d'assurer la tranquillité par la confirmation des cadres symboliques existantes). Le fait que les journalistes utilisent toujours les narratifs afin de donner un sens au monde (tandis que les écrivains et les historiens parlent d'une réalité fictive ou lointaine) s'explique par leur dépendance d'un public populaire qui n'a jamais cessé de raconter et de se fier aux narrations en tant que système de prise en possession et de signification du réel. De fait que, tout comme les « myth-makers », les journalistes agissent en *bricoleurs* : ils font appel aux unités narratives disponibles à l'intérieur du vocabulaire culturel qu'ils partagent avec leur public et construisent, avec celles-là, des histoires qui, tout

comme le mythe, offrent « une matrice d'intelligibilité » et une façon d'articuler la réalité dans « un tout cohérent ». A l'intérieur de cette définition de la réalité, des versions de la même histoire s'opposent et se transforment, au cadre « d'une vaste machine combinatoire », dont le but est d'offrir « une table de possibles où des groupes sociaux (...) trouvent des formules propres à résoudre leurs problèmes » (C. Lévi-Strauss, 1983, p. 232).

Ces phénomènes de mythification sont associés, généralement, aux situations de crise; à de tels moments, les journalistes doivent faire face à une double pression: celle des faits confus, chaotiques, dépourvus de sens, souvent menaçants, et celle des attentes, peut-être même des angoisses, du public. Tous étant amplifiés, négativement (par des pressions concernant l'accélération, la simplification et la dramatisation des événements), par les éditeurs des rédactions. La mythification, tel Janus, regarde dans deux directions et satisfait deux types d'exigences: elle structure les faits dans des constructions épiques qui, même si constamment volatiles, offre des grilles d'intelligibilité accessibles et, dans le même temps, restructure le système de représentations de la société, en offrant des configurations symboliques convenables et négociables. Dans ces conditions, par mythification je ne comprends pas la simple trans-position de faits dans la matrice de topos inspirés ou transmis par les mythologies anciennes – même si de tels processus peuvent avoir lieu. La mythification est beaucoup plus qu'un simple calque mécanique de schémas épico-symboliques ; elle est un processus de bricolage, jamais fini, qui utilise toutes les unités du vocabulaire culturel, un bricolage qui produit des paquets successifs de récits ouverts aux interprétations, aux négociations et aux modelages de l'espace du dialogue social. Dans des situations normales, les narrations journalistiques sont plus « transparentes » ; autrement dit elles renvoient plus « visiblement » à des réalités contingentes et moins évidemment aux systèmes de représentations sur lesquels ces réalités reposent (n'oublions pas que, ces

dernières décennies, « démasquer » ces idéologies cachées avait été une priorité de la majorité des études critiques consacrées aux médias). Dans des situations de crise, les narrations se succèdent rapidement, se contredisent et se transforment réciproquement, deviennent opaques et auto-référentielles : elles parlent moins et sont moins significatives quant à leur propre cohérence ou celle de leur référent (les faits en question), elles renvoient à et signifient plus des valeurs et des systèmes de représentations constitutives pour un système culturel. Dans un certain sens, la mythification est un mécanisme de dé-référentialisation (malgré le fait que les journalistes gardent les indices extérieurs de la référentialité - invoquer ou citer des sources, mimer l'équidistance, équilibrer les voix etc) ; les récits ainsi construits renvoient plus à des figures, à des schémas épiques, valeurs et symboles du vocabulaire culturel du public, et beaucoup moins aux faits, personnages, raisons et mécanismes sociaux de la crise en question. Cela car la priorité majeure (bien que pas évidente pour les créateurs de narrations) n'est pas de décrire factuellement et d'interpréter scientifiquement l'événement, mais de refaire l'équilibre symbolique menacé par la crise. La mythification permet aux journalistes de garder la priorité de définir des perspectives sur un événement quelconque et de satisfaire aux besoins sociaux d'avoir à sa disposition et de travailler avec des constructions mentales symboliques polysémiques, adaptables aux différents types de discours et capables de contribuer à la redéfinition de l'ordre social et de ses systèmes de valeurs constitutives.

Ce qui, à mon avis, ne'exclut pas le discours journalistique (et ni autres discours de la culture populaire) des confrontations liées à l'espace public moderne (médiatique). Dans l'espace public, le consensus est atteint en négociant les différentes versions des faits ; tant les versions que les négociations peuvent être *aussi* d'une autre facture que celle élitiste argumentatrice. Retournant à l'argument platonicien, il ne faut pas oublier que nous pouvons accéder à la vérité aussi par la

voie du mythe: celle-ci, bien que moins transparente et contrôlable par la raison argumentative, n'est pas moins efficace dans la communication et la compréhension de certaines idées et réalités. La mise en forme narrative et le débat dans les termes du langage symbolique n'excluent ni la rationalité ni le bon sens ni la chance d'atteindre une « vérité » assumée en commun. En plus, à une époque où la dimension symbolique de l'acte politique est non seulement dévoilée par de nombreuses recherches, mais aussi acceptée comme réalité inhérente au jeu du pouvoir, il me semblerait absurde de chasser cette dimension de l'espace public et d'insister sur une vision austère et abstraite-rationnelle de celui-ci. L'espace public, construit *aussi* par des discours et négociations de facture symbolique, peut engendrer et engendre des courants d'opinion publique valides. Ne pas les remarquer, les mépriser ou les condamner au nom de leur fausse « irrationalité » signifie se cantonner dans une sorte de « politique de l'autruche » du type ethnocentrique. Les reconnaître signifie se détacher de l'ethnocentrisme spécifique à la vision occidentale et élitiste et accepter le fait que les débats publics des assemblées des villages ou tribus sont une voie rationnelle pour arriver à un consensus ou pour créer un ou plusieurs courants d'opinion publique. Et cela même si les instruments qu'ils employaient sont semblables à ceux utilisés par les récits mythiques. De telles réunions (dont nous avons de nombreuses descriptions et analyses anthropologiques), tout comme les cénacles ou les forums de débats à l'époque des Lumières, ont utilisé comme médium « l'usage public de la raison », mais une raison où l'argumentation et le symbolique se fondaient l'un dans l'autre, où l'épique et le syllogisme coexistaient. L'introduction des médias dans la sphère de la culture populaire et du discours journalistique dans la catégorie des constructions symboliques ne les exilent pas et ne leur interdit pas l'accès à l'espace public.

Bibliographie

- CAREY, James, 1988, *Communication as Culture*, Boston, Unwin Hyman Press
- COMAN, Mihai, 1994, La victime et le vainqueur, in *Reseaux*, no 66; english version: Victim or Victor? Mythologisation by the Local Press of King Mihai's Visit to Romania, in *Reseaux - The French Journal of Communication*, vol 5, no 1, 1997
- COMAN, Mihai, L'anthropologie des medias, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble (en cours de parution)
- DAHLGREN, Peter, 1991, Introduction, in DAHLGREN, Peter, SPARKS, Colin (sous la direction de sous la direction de), *Communication and Citizenship*, London, Sage Publ.
- GARNHAM, Nicolas, 2000, Emanicipation, the Media, and Modernity: Arguments About the Media and Social Theory, Oxford, University Press
- HABERMANS, Jurgen, 1978, *L'espace public*, Paris, Payot
- KUNELIUS, Risto, SPARKS, Collin, 2001, Problems with an European Public Space, in *The Public*, no. 1
- LEVI-STRAUSS, Claude, 1983, *Le regard éloigné*, Paris, Plon
- LITS, Marc, 1995, Temps et médias: un vieux couple dans des habits neufs, in *Recherches en Communication*, no. 3
- MIEGE, Bernard, 1989, *La société conquise par la communication: logiques sociales*, Grenoble, PUG
- FRANCOIS, Bastien, NEVEU, Eric, 1999, *Pour une sociologie politique des espaces publics contemporains*, in FRANCOIS, Bastien, NEVEU, Eric (sous la coordination de), *Espaces publics mosaïques: acteurs, arènes et rhétorique des débats publics contemporains*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes

PHILIPS, Barbara, 1976, *Novelty Without Change*, in *Journal of Communication*,
no 4, Autumn