

Université Paris 8
École doctorale Sciences sociales
Centre d'études sur les médias, les technologies et l'internationalisation (Cemti, EA 3388)

Doctorat Sciences de l'information et de la communication

Loïc Ballarini

L'espace public au-delà de l'agir communicationnel

Quatre renversements de perspective
pour sortir des impasses du modèle habermassien

Thèse dirigée par M. Jacques Guyot

Soutenue publiquement le 30 novembre 2010

Membres du jury :

M. Andreu Casero Ripollés, Universitat Jaume 1, Castelló de la Plana, Espagne (rapporteur)

M. Roger Delbarre, Université Nancy 2 (rapporteur)

M. Philippe Bouquillion, Université Paris 8

Résumé

Ce travail vise à définir les conditions d'un renouvellement de la portée théorique et empirique du concept d'espace public. Avec ce concept, plus tard complété par la théorie de l'agir communicationnel à laquelle il s'intègre, Jürgen Habermas entend fournir un appareillage théorique à même d'explicitier le fonctionnement de la société. Mais l'espace public habermassien, en tant que lieu symbolique d'échange d'arguments rationnels, d'usage public de la raison par des citoyens partageant la volonté de construire un consensus fondé sur la recherche de la vérité et l'intérêt commun, et qui s'incarne dans une opinion publique devenue une des institutions fondamentales de la démocratie représentative, résulte d'une conception normative de la société qui échoue à rendre compte des phénomènes sociaux. Porté par une presse écrite tout entière au service du débat citoyen, mélange d'une image fantasmée de l'agora grecque et de la raison des Lumières, de parlementarisme pragmatique et de l'illusion moderne de la transparence, l'espace public habermassien est certes séduisant, mais fonctionne plus comme une morale que comme un concept scientifique, en ce qu'Habermas n'essaie pas de dire la société telle qu'elle est, mais telle qu'elle devrait être.

À partir d'une lecture critique du livre fondateur de Jürgen Habermas et des principales contributions dans le champ des Sciences de l'information et de la communication, en m'inscrivant dans une démarche interdisciplinaire faisant appel à la philosophie, aux études littéraires et linguistiques, à la géographie et à l'histoire, à la sociologie et à l'ethnologie, et en m'appuyant sur des entretiens avec des lecteurs de presse régionale, je propose d'opérer quatre renversements de perspective permettant de dépasser les limites de la conception habermassienne de l'espace public.

Il s'agit tout d'abord de renoncer à toute idée d'un âge d'or de l'espace public pour le considérer comme un ensemble de processus dynamiques. Ce premier renversement de perspective apparaît comme une condition absolument nécessaire à la simple poursuite de la réflexion sur ce concept. Une réflexion qui ne doit cependant pas se tromper d'objet. Habermas faisait de l'espace public le creuset de l'opinion publique, sans toutefois la définir ni fournir d'instruments pour l'évaluer. Puisqu'il n'est pas aujourd'hui de définition scientifique opératoire satisfaisante de l'opinion publique, et que se limiter à celle que mesurent les sondages d'opinion serait un leurre, nous avons besoin d'un second renversement de perspective, qui consiste à étudier l'espace public en tant que lieu symbolique de formation des opinions personnelles, et non de l'opinion publique.

Au cours de ces deux premières étapes, les lectures de *L'Espace public* effectuées par Miège, Dahlgren, Calhoun, et Neveu et François sont de stimulants guides, qui autorisent de surcroît à concevoir un troisième renversement de perspective. L'espace public habermassien, inspiré tout à la fois de Kant, d'Arendt et de Tarde, est universel, unique et médiatique. Or, on le voit bien dans les entretiens, il y a autant d'espaces publics qu'il y a de situations dans lesquelles les idées et les nouvelles s'échangent. Ces situations, locales pour la plupart, ne font pas nécessairement appel aux médias, et ne peuvent être comprises sans étude des conversations ordinaires : l'espace public doit donc être considéré comme fragmenté, local et conversationnel.

Si l'étude des entretiens confirme la pertinence de ces trois renversements de perspective, elle en révèle également les limites. L'espace public ainsi redéfini permet en effet d'envisager la circulation des idées et des nouvelles d'une manière empirique, ce que le modèle habermassien, enfermé dans son idéal, n'autorisait pas. Il n'est cependant que d'une aide très relative pour aborder la formation des opinions personnelles, qui relèvent d'autres processus. En termes bourdieusiens, les trois premiers renversements de perspective ouvrent la voie à l'étude de l'*opus operatum*, c'est-à-dire du principe de fonctionnement de l'espace public. Pour appréhender le *modus operandi*, le principe générateur des opinions personnelles, il faut avoir recours aux processus de socialisation, et en particulier de socialisation politique — je me réfère ici aux travaux d'Elias, Piaget, Bourdieu et Percheron. Les intégrer à l'espace public ne va pour autant pas de soi, et se révèle impossible sans remettre en cause la théorie de la société qu'Habermas développe tout au long de son œuvre — encore implicite dans *L'Espace public*, elle devient explicite dans *Théorie de l'agir communicationnel*. La théorie de la société

d'Habermas est une philosophie du langage qui suppose que la structure même de l'interlocution oriente celle-ci vers l'entente entre les acteurs. Il s'agit d'une vision mythique dont les aspects séduisants sont nombreux, mais qui renonce à rendre compte des phénomènes sociaux — l'éthique de la discussion que construit Habermas peut certes être considérée comme un espoir à atteindre, mais en aucun cas comme un ensemble théorique et méthodologique permettant d'appréhender la complexité du monde. C'est pourquoi je propose d'effectuer un quatrième renversement de perspective consistant à conserver l'intuition d'Habermas selon laquelle la philosophie du langage est essentielle à la compréhension de la société, mais considérant que la relation sociale fondatrice n'est pas l'intercompréhension, mais le travail. Je m'appuie pour cela sur la vision de l'espace public d'Arendt et sur la critique marxiste d'Habermas que fait Lecercle. Donner sa pleine mesure au potentiel heuristique de l'espace public nécessite de faire sortir le concept de la théorie de l'agir communicationnel pour l'intégrer à une théorie de la société capable d'explicitier les rapports sociaux. Là où Habermas réifiait son concept en le soumettant à l'illusion d'une société guidée par la recherche de l'entente, une critique marxiste ouverte aux différentes recherches sur les processus de socialisation permet à l'espace public de prendre en compte les conditions objectives et les rapports de force dont est faite la société.

Mots-clés

Habermas, Jürgen (1929 - ...)

Action (philosophie)

Socialisation

Philosophie du langage

Philosophie sociale

Marxisme

Sommaire

Remerciements.....	3
Résumés.....	6
Sommaire.....	10
Introduction.....	12
Des limites de l'espace public habermassien.....	13
De la nécessité d'un renversement de perspectives.....	16
Plan de la thèse.....	19
Conditions de la recherche.....	32
 <i>Première partie</i>	
L'espace public, de l'idéaltype à l'idéal normatif.....	40
1. L'espace public selon Habermas.....	40
2. L'espace public vu par les SIC.....	68
3. Trois renversements de perspective.....	84
 <i>Deuxième partie</i>	
Pourquoi lit-on le journal ?.....	115
1. Présentation de l'enquête de terrain.....	115
2. Portraits des enquêtés.....	140
3. On ne choisit pas son journal préféré.....	181
4. Les deux manières de lire un régional.....	196
5. Presse régionale et espace public.....	227

Troisième partie

Connaître le monde.....	241
1. La presse locale, un média de diversion.....	241
2. Le reflet imparfait d'une vie complexe.....	253
3. Des attentes globalement satisfaites.....	274
4. L'origine de la connaissance du monde.....	284
5. L'impossible interactivité.....	299

Quatrième partie

Dépasser la conjoncture Habermas.....	314
1. La conversation, lieu et moyen de l'espace public.....	315
2. La constitution des opinions personnelles.....	338
3. L'opinion, une montagne difficile à déplacer.....	363
4. Espace public et socialisation.....	374
5. L'espace public sans l'agir communicationnel.....	384
Conclusion.....	407
Des espaces publics fragmentés, locaux et conversationnels.....	408
Un changement de paradigme.....	412
Bibliographie.....	416
Publications de l'auteur.....	416
Articles et ouvrages consultés.....	417
Annexes.....	432
Annexe 1. Questionnaire.....	432
Annexe 2. Entretiens (sommaire du CD joint).....	440
Table des matières.....	441
Index des illustrations.....	448
Index des tableaux.....	448