

PHI 765 Philosophie de la communication

Alain Létourneau

Hiver 2014

Espaces publics, opinions publiques : lieux d'interactions créatrices de sens

Dès les années 1920, un important débat s'amorce, notamment aux États-Unis, mais on retrouvera aussi des éléments en France, en Angleterre et en Allemagne, sur la question de savoir quel est le rôle du public dans les discussions portant sur les questions d'intérêt considéré comme commun ou partagé (Walter Lippmann, puis John Dewey; mais aussi Ferdinand Tönnies, et déjà Gustave Le Bon, Gabriel Tarde). Les deux ouvrages *The Phantom Public* du grand journaliste et essayiste Lippmann, et *The Public and its Problems* de John Dewey sont des lieux importants de cette discussion, aux abords de laquelle on comptera aussi *Critique de l'opinion publique* de Tönnies, ce fondateur de la sociologie qui fut l'auteur de la célèbre distinction entre communauté et société. C'est de manière contemporaine de ces réflexions fort importantes que va se développer l'école dite scientifique de traitement des sondages, telle que popularisée et établie notamment par George Gallup, qui a été bien exposée et discutée par L. Blondiaux. Une quarantaine d'années après ces premiers débats (et donc après tout le discours critique de la première école de Francfort avec Herbert Marcuse, Theodor W. Adorno et Max Horkheimer), ce questionnement prend une allure nouvelle avec le célèbre ouvrage de 1962 publié par Jürgen Habermas, *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, traduit sous le titre *L'espace public*. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise. N'oublions pas qu'Habermas est revenu de manière critique sur ce livre dans la nouvelle Préface de 1991 et qu'il a retravaillé sa position par la suite. Parmi les différentes pistes de recherche qui se profilent à l'horizon, il y a celle des différences entre les approches de Dewey et de Habermas sur la question du public. Les documents pertinents dans ce dossier sont abondants et nous disposons de bonnes sources en ligne également.

Les termes de cette discussion sont toujours actuels, et nul n'imagine aujourd'hui que l'espace public ou l'opinion publique sont des « en soi » ou des substrats qu'on pourrait théoriser sans considérer la genèse et le développement de thèmes bien spécifiques, lieux de construction d'opinions particulières et souvent fragmentées. Une fois que nous aurons bien pris la mesure de ce débat dont les termes sont encore sujets à controverses, il deviendra intéressant de suivre de près, en documentant systématiquement des interventions, la construction d'opinions sur des questions particulières à choisir en fonction des intérêts des participants. La problématique du cadrage, dans toute sa multiplicité, et les approches d'analyse du discours ainsi que plus spécialement les outils de la rhétorique et de l'argumentation pourront fournir un minimum de clés méthodologiques permettant de constituer puis de traiter des corpus parfois multiformes et portant sur des questions complexes.

Bibliographie sélective

ADORNO, Th. W. (1991) *The culture industry*. Selected essays on mass culture. Ed J. Bernstein. Londres et New York, Routledge.

- BLONDIAUX, Loïc (1998). *La fabrique de l'opinion*. Une histoire sociale des sondages. Paris, Seuil.
- BLONDIAUX, Loïc et REYNIÉ, Dominique (dir.) (2001), « L'opinion publique, perspectives anglo-saxonnes », revue *Hermès*, 31 (numéro spécial).
- BRUGIDOU, Mathieu (2008). *L'opinion et ses publics*. Paris, Presses de Sciences Po.
- CALHOUN, Craig (ed.) (1992). *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge et Londres, MIT Press.
- CROSSLEY, Nick et ROBERTS, John Michael (ed) (2004). *After Habermas*. New Perspectives on the Public Sphere. Oxford, Blackwell.
- DEWEY, J. (2003) *Le public et ses problèmes*. Tr. Joëlle Zask. Farrago, Ed. Léo Scheer, 2003 (1927).
- HABERMAS, Jürgen (2006¹), « Political communication in Media Society. Does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research? », *Communication Theory* (16) 411-426.
- (2006²). *Idéalisations et communication : agir communicationnel et usage de la raison*. Paris, Grasset.
- (2005). *De l'usage public des idées*. Écrits politiques (1990-2000). Paris, Grasset.
- (1991 ; 1962). *L'espace public: archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Paris, Payot (incluant nouvelle préface).
- HABERMAS, Jürgen et DERRIDA, Jacques (2004). *Le concept du 11 septembre : dialogues à New York (octobre-décembre 2001) (avec Giovanna Borradori)*. Paris, Éd. Galilée.
- LIPPMAN, Walter (2008; 1927). *Le public fantôme*. Présentation B. Latour, tr. L. Decréau. Paris, Demopolis.
- ROCHLITZ, Rainer (coord.) (2002). *Habermas, l'usage public de la raison*. Paris, PUF.
- SPLICHAL, Slavko. *Public Opinion*. Developments and controverses in the twentieth century. Lanham (MY), Rowman & Littlefield, 1999.
- TARDE, Gabriel (2006, nlle éd.). *L'opinion et la foule*. Paris, Éd. Du Sandre.
- TARDE, Gabriel (2001). *Les lois de l'imitation*. Œuvres de G. Tarde, I, Paris, Les Empêcheurs de penser en rond.
- TÖNNIES, Ferdinand (2013). *Critique de l'opinion Publique*. Paris, Gallimard.
- WHITE, Stephen K. (ed) (1995). *The Cambridge Companion to Habermas*. Cambridge (GM), Cambridge University Press.