



National Library  
of Canada

Acquisitions and  
Bibliographic Services Branch

395 Wellington Street  
Ottawa, Ontario  
K1A 0N4

Bibliothèque nationale  
du Canada

Direction des acquisitions et  
des services bibliographiques

395, rue Wellington  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0N4

*Your file* *Voire référence*

*Our file* *Notre référence*

## NOTICE

The quality of this microform is heavily dependent upon the quality of the original thesis submitted for microfilming. Every effort has been made to ensure the highest quality of reproduction possible.

If pages are missing, contact the university which granted the degree.

Some pages may have indistinct print especially if the original pages were typed with a poor typewriter ribbon or if the university sent us an inferior photocopy.

Reproduction in full or in part of this microform is governed by the Canadian Copyright Act, R.S.C. 1970, c. C-30, and subsequent amendments.

## AVIS

La qualité de cette microforme dépend grandement de la qualité de la thèse soumise au microfilmage. Nous avons tout fait pour assurer une qualité supérieure de reproduction.

S'il manque des pages, veuillez communiquer avec l'université qui a conféré le grade.

La qualité d'impression de certaines pages peut laisser à désirer, surtout si les pages originales ont été dactylographiées à l'aide d'un ruban usé ou si l'université nous a fait parvenir une photocopie de qualité inférieure.

La reproduction, même partielle, de cette microforme est soumise à la Loi canadienne sur le droit d'auteur, SRC 1970, c. C-30, et ses amendements subséquents.

Canada

**LA FONTAINE DE NARCISSE**

**« LA TYRANNIE DE LA CULTURE  
DE L'IMAGE »**


Par

MICHIKO FRACHET

THÈSE DÉPOSÉE À  
L'ÉCOLE DES ÉTUDES SUPÉRIEURES ET DE LA RECHERCHE  
EN VUE DE L'OBTENTION DE LA  
MAÎTRISE ES ARTS EN SOCIOLOGIE

SOUS LA DIRECTION DE: Monsieur YVON THÉRIAULT

UNIVERSITÉ D'OTTAWA  
1995

 Michiko Frachet, Ottawa, Canada 1995



National Library  
of Canada

Acquisitions and  
Bibliographic Services Branch

395 Wellington Street  
Ottawa, Ontario  
K1A 0N4

Bibliothèque nationale  
du Canada

Direction des acquisitions et  
des services bibliographiques

395, rue Wellington  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0N4

*Your file* *Votre référence*

*Our file* *Notre référence*

**The author has granted an irrevocable non-exclusive licence allowing the National Library of Canada to reproduce, loan, distribute or sell copies of his/her thesis by any means and in any form or format, making this thesis available to interested persons.**

**L'auteur a accordé une licence irrévocable et non exclusive permettant à la Bibliothèque nationale du Canada de reproduire, prêter, distribuer ou vendre des copies de sa thèse de quelque manière et sous quelque forme que ce soit pour mettre des exemplaires de cette thèse à la disposition des personnes intéressées.**

**The author retains ownership of the copyright in his/her thesis. Neither the thesis nor substantial extracts from it may be printed or otherwise reproduced without his/her permission.**

**L'auteur conserve la propriété du droit d'auteur qui protège sa thèse. Ni la thèse ni des extraits substantiels de celle-ci ne doivent être imprimés ou autrement reproduits sans son autorisation.**

ISBN 0-612-07847-7

**Canada**



UNIVERSITÉ D'OTTAWA  
UNIVERSITY OF OTTAWA



---

*Narcissus*, Caravaggio, c. 1594–1596.

## **REMERCIEMENTS**

Je ne prétends pas changer le monde, toutefois, j'aurais atteint l'un de mes objectifs si cette modeste contribution arrive, un tant soit peu, à provoquer la réflexion.

Je tiens tout d'abord à exprimer mes remerciements à Yvon Thériault qui a accepté volontiers de s'engager avec moi dans cette aventure intellectuelle; son soutien constant et sa compréhension m'ont été d'un précieux concours, et la qualité de son enseignement a, de toute évidence, permis de cristalliser mon intérêt pour la sociologie.

Mes remerciements aussi à Marie Blanche Tahon, qui a su me donner le goût pour la recherche et la volonté d'approfondir toujours davantage mes connaissances.

Merci à tous les professeurs du Département qui, lors de ma scolarité, m'ont aidé à développer l'esprit critique et le goût du perfectionnisme.

Merci à tous ceux qui, de près ou de loin, ont participé à cette recherche, pour leurs commentaires et leurs suggestions.

Et merci enfin à mes parents, sans lesquels ce travail n'aurait jamais pu voir le jour.

A tous, grand merci pour m'avoir donné le goût d'étudier et la soif du savoir.

## SOMMAIRE

Avant-propos.....	3
<i>En guise d'introduction.....</i>	5
<b>REPÉRAGES</b>	
*A l'origine un constat 7	*L'objet 9
*Hypothèse 12	*Problématique 11
*Methodologie 13	
<b>ACTE I HISTORICITÉ .....</b>	<b>16</b>
<b>Scène 1: SUR LES TRACES DES THÉORIES DE LA COMMUNICATION....</b>	<b>17</b>
•Exploration des catacombes de la société de communication	
<b>Scène 2: L'AGORA, LIEU DE POLITIQUE .....</b>	<b>22</b>
•L'archéologie de l'espace public	
<b>Scène 3: QUELQUES PRÉCISIONS SUR LA DÉMOCRATIE.....</b>	<b>26</b>
<b>ACTE II THÉÂTRE ET POLITIQUE.....</b>	<b>35</b>
Nouvelle réalité à l'heure du marketing	
<b>Scène 1: PERSONNALISATION DU POUVOIR.....</b>	<b>36</b>
<b>Scène 2: LA CULTURE DE L'IMAGE.....</b>	<b>44</b>
•La séduction du pouvoir	
<b>ACTE III NOUVEL ESPACE PUBLIC.....</b>	<b>56</b>
<b>Scène 1: LA DISTANCE.....</b>	<b>57</b>
<b>Scène 2: MÉDIACRATIE. DÉMOCRATURE: VERS QUELLE CULTURE?..</b>	<b>62</b>
<i>En guise de conclusion.....</i>	<b>81</b>
<b>Bibliographie.....</b>	<b>88</b>
<b>Index des noms cités</b>	

### AVANT-PROPOS:

« Narcisse se penche au-dessus de l'eau, captivé par sa propre beauté. On lui dit de faire attention, mais il ne s'intéresse qu'à cette image. Un jour, il se penche pour la caresser, tombe à l'eau et se noie. [...]

Le mythe de Narcisse a une double signification: l'absorption en soi du héros l'empêche de savoir ce qu'il est et ce qu'il n'est pas; elle le conduit à sa propre destruction. Narcisse, à se voir reflété à la surface de l'eau, oublie que celle-ci n'est pas lui, qu'elle est hors de lui, et il devient aveugle à ses dangers.»

(Sennett, 1979:260)

Nous ne pouvions pas commencer cette recherche sans expliquer le mythe auquel elle se rapporte.

Le sujet est vaste, mais le titre est évocateur. Culture de l'image, des sentiments, du dramatique, du sensationnalisme, l'espace public et ses acteurs, les politiciens perdent chaque jour un peu plus de leur territoire.

Crises de la modernité? Crises démocratiques? Doit-on parler d'une nouvelle démocratie cathodique?

«Mon Dieu, déjà 10 heures moins le quart  
Mon attaché de presse est en retard  
Dites-moi ce qui sera le mieux  
Ma cravate rouge ou ma cravate bleue

Sans vous je ne suis rien,  
MASS MEDIAS, MASS MÉDIAS  
Je suis entre vos mains  
MASS MÉDIAS, MASS MÉDIAS  
Mais je vous le rends bien  
MASS MÉDIAS, MASS MÉDIAS  
Je vous tiens dans ma main  
MASS MÉDIAS, MASS MÉDIAS

Attention à ton image [...]

Est-ce que je suis assez maquillé?  
Un peu plus de rouge sur vos joues  
J'ai encore les yeux trop camés  
Nous n'avons pas dormi beaucoup  
Quelles questions vont-ils me poser?  
Y a t-il des sujets tabous?  
Qu'il ne me parle pas de ma vie privée  
Ils savent certainement déjà tout!»

Conférence de presse de Zéro Janvier  
STARMANIA- Le spectacle 1979.

## EN GUISE D'INTRODUCTION:

Ce n'est pas un sujet nouveau, mais un sujet d'actualité, fascinant et rempli de controverses.

Nous assistons à une certaine désubstantialisation du politique de par sa trop grande mise en scène télévisée.

L'éthique (le liant collectif)<sup>1</sup> est dorénavant basée sur les sentiments. En effet, la réalité contemporaine se caractérise par le sensationnalisme, la culture du sentiment, l'éphémère. Le champ du politique n'y a pas échappé et pour survivre, il doit devenir transparence, dramatisation. Ce sont ces nouvelles règles qu'il nous faut appréhender pour percevoir la démocratie médiatique.

Un nouvel ordre se crée, de nouveaux rapports se fondent. Les médias et, en particulier la télévision, font tomber les barrières qui séparent la réalité de l'imaginaire. La télévision fascine, anéantit la distance et modifie ainsi, l'équilibre entre l'espace privé et l'espace public.

Il se peut néanmoins que la télévision soit effectivement l'objet le plus démocratique des sociétés démocratiques<sup>2</sup>, parce qu'il faut bien reconnaître que nos sociétés n'ont jamais été autant informées.

Toutefois la politique et le politique doivent se méfier de cette nouvelle réalité, qui n'est pas sans rapport avec la crise moderne de la politique.

---

<sup>1</sup>Nous empruntons ce terme à M. Maffesoli. Il distingue en effet deux éléments caractéristiques de la vie quotidienne, l'éthique et l'esthétique qu'il définit comme le liant collectif et le sentir en commun.(Cf. Maffesoli, 1988:36)

<sup>2</sup> Cette pensée est celle de Missika et Wolton, in La folle du logis, 1983.

L'image télévisée a apporté le besoin de l'immédiateté du spectaculaire, du sensible. Cependant, baigné par les flots d'informations, d'images, le tragique disparaît et peu à peu nous sombrons dans une société psychologisante qui ne se préoccupe que d'elle-même; Narcisse n'a pas fini d'être notre symbole et les flots qui nous atteignent, ressemblent vaguement à la fontaine de Narcisse...

## REPÉRAGES

### À L'ORIGINE UN CONSTAT:

Dans nos sociétés modernes, l'univers politique s'est profondément modifié. Cette société, que certains nommeront également "société auto-créative" (Hegedus, 1993), semble même se vider peu à peu de la chose politique, de la chose publique, c'est à dire que les citoyens se sentent de moins en moins concernés par les affaires publiques:

«Dans les pays occidentaux, le déclin de l'intérêt pour la démocratie est grand. Après une longue période de "tout- politique", ces pays vivent dans le "tout-économique": compétitivité internationale, équilibre des échanges commerciaux, solidité de la monnaie, capacité de développer les nouvelles technologies, voilà les objectifs de la gestion politique»  
(Touraine, 1992:385).

La démocratie contemporaine est donc confrontée à de nouveaux problèmes et en particulier, celui qui touche à la représentativité politique. Sous peine de disparition, le politicien doit dorénavant privilégier son image au détriment de ses idées. Notre imaginaire se mobilise à présent, davantage par l'émotion, les images, le direct.

La télévision, productrice d'images, joue sans doute un rôle prépondérant dans cette nouvelle société fascinée par la communication. La modernité ne semble plus avoir besoin du discours des politiciens mais en revanche, nous assistons à une propagation des images, un besoin de mise en scène. Il y a théâtralisation de la politique mais également du moindre événement. La mise en image de notre univers devient notre réalité.

Le système médiatique modifie notre imaginaire. Le pouvoir se transforme. Espace public et espace privé fusionnent. Ce qui nous intéresse ici, est cette fusion, cet effacement du public au profit du privé. Alors, tout devient politique et par conséquent rien n'est plus véritablement politique<sup>3</sup>, d'où la dépolitisation du monde moderne.

Notre désir de transparence a influencé les médias à s'ingérer dans le privé, dans la spectacularisation de la politique. Il s'est créé, depuis quelques années, un nouveau besoin démocratique, qui a poussé la télévision, entre autre, à inventer un nouvel ordre social. Mais de la simulation à l'imposture, il n'y a qu'un pas à franchir, d'où cette effervescence de termes tels: Médiocratie, Démocrature, vidéocratie...

Le débat de l'ingérence de la télévision sur la politique a été particulièrement relancé, dans le contexte français, par deux événements majeurs qu'il nous faut pour le moins mentionner: Le coup d'État en Roumanie et la guerre du Golfe.<sup>4</sup>

À l'heure de la mondialisation, nous nous tournons vers une société de plus en plus intimiste et la question centrale est probablement celle que nous suggère Luc Boltanski<sup>5</sup>: «Jusqu'où aller?»

Jusqu'où aller dans l'intimité, dans la démonstration d'images terrifiantes qui nous font croire à un monde de plus en plus humanitaire? Jusqu'où aller dans la banalisation?

---

<sup>3</sup> Cf. Baudrillard Jean, Les Stratégies fatales, Paris, Grasset, 1983.

<sup>4</sup> Citons à cet effet l'excellent ouvrage de Collon Michel, «Attention Médias. Les médias mensonge du golfe. Manuel d'anti-manipulation». 3ème éd. EPO Bruxelles, 1994, qui dévoile avec grande précision la manipulation médiatique de cette guerre.

<sup>5</sup> Cf. Boltanski Luc, La Souffrance à distance, Paris, Métailié, 1993.

## **L'OBJET:**

Cette recherche a donc pour objectif de s'interroger sur la démocratie moderne, à travers le nouvel ordre social que crée la télévision, par l'effervescence des images.

L'objet n'est donc pas en soi la télévision, la ou le politique, ni la société de communication mais plutôt les interactions de ces trois réalités. Comprendre et expliquer sera notre intention tout au long de cette étude.

Parce que la communication semble gagner en popularité et parce qu'elle est au centre de notre modernité, "L'agir communicationnel" d'Habermas nous montre même qu'elle peut en être l'enjeu central, il n'est pas vain de s'interroger à son sujet. Et comme elle change les règles du jeu, le thème de la communication est abordé ici comme le siège de la réflexion sur la culture. Observer les coulisses pour mieux appréhender le jeu scénique.

-Par médias, nous entendrons davantage "Télévision". Nous aurions pu nous intéresser à ce que l'on appelle communément "le quatrième pouvoir", mais il semble plus judicieux de se limiter à la télévision, dans le sens où la modernité dans laquelle nous évoluons est baignée par l'image, et réclame l'immédiateté.

-Par espace public, nous entendrons espace politique, c'est à dire le lieu de débat des idées. Un lieu spécifique où les questions d'ordre politique devraient être contenues. C'est d'ailleurs la Révolution française qui a marqué l'émergence de "l'espace public". L'idéal démocratique des philosophes des lumières, terme issu de la tradition aristotélicienne de la "place publique" qui était le «lieu concret où les citoyens doivent se rencontrer pour débattre des affaires intéressant le gouvernement de la cité» (Ferry in Hermès 1989:16).

-Il nous faut également faire une distinction entre information et communication. L'information se réfère au contenu alors que la communication est davantage accès sur le contenant. Nous avons, en effet, de plus en plus d'informations grâce aux diverses sources, mais l'information se reçoit passivement alors que, la communication implique une action.

Comme le dit Erik Neveu, «Tout itinéraire fonctionne par sélection» (Neveu, 1994:16). La recherche, ici exposée, concerne avant tout le monde occidental et en particulier la France. De plus, avec la campagne présidentielle qui commence, il me semble que c'est un moment privilégié pour s'intéresser à l'image du politicien. «Ajoutons que ce phénomène de dépendance du politique par rapport au médiatique est particulièrement développé en France» (Debray in Le Débat, 1993a:6). Ce qui justifie que la plupart des ouvrages et revues sont françaises. Non pas que nous ayons voulu exclure le Canada dans cette étude, mais les écrits sur ce thème étant pratiquement inexistant, nous avons préféré nous limiter au cas français. Les intérêts canadiens concernant la politique se situent à un autre niveau.

D'autre part, bien que notre intérêt à propos de l'image touche le domaine de la communication, de la politique, il nous faut dès à présent, préciser que notre approche est avant tout sociologique, c'est à dire que nous nous intéresserons principalement, au lien social entre la politique, le citoyen et la télévision. Tout ce qui sera exposé ici le sera de manière à expliciter sociologiquement les conséquences de cette spectacularisation, de cette théâtralisation du monde politique.

## **PROBLÉMATIQUE:**

«Le *princeps* démocrate doit descendre dans le cirque et payer de sa personne, toujours plus fort. Séduire à mort-au risque d'en crever soi-même. Car l'arène est bondée, et c'est son chemin de croix.[...] Dans ce capharnaüm désobligeant, comment se faire remarquer? Quel coup fumant pourra encore toucher nos yeux et nos oreilles blasés?» (Debray, 1993b:49)

Par la médiatisation, l'investissement de notre réalité par l'image, la politique est confrontée à de nouvelles règles. Par le déferlement des images, notre univers s'est transformé. Le politicien est devenu acteur. Il ne doit plus juste apparaître comme un politicien mais doit soigner son apparence télévisuelle. Sans le petit écran, il n'est rien.

La communication a toujours été un moyen pour les politiciens d'accéder au pouvoir, mais aujourd'hui, nous assistons à une personnalisation du pouvoir et à la politisation du moindre événement. On constate un désenchantement de la politique dû, au fond, à une désacralisation de celle-ci, et qui pousse toujours vers une plus grande spectacularisation:

«En vidéocratie, la personnalisation (physique) tend à ruiner la personnification (morale). La transparence liquide la transcendance» (Debray, 1993b:26).

Ils sont devenus des hommes comme nous...Là commence la culture du spectacle, la mort de l'espace public. A l'époque de la théâtralisation, les tentacules des médias se sont étendues partout. Le champ de la politique s'est élargi. C'est pourquoi le spectateur réclame en vérité et en transparence, en sensation, en intensité dramatique.

Dès lors, la frontière entre espace public et espace privé n'est plus clairement définie. Or pour bon nombre d'auteurs tels: Touraine, Arendt, pour ne citer qu'eux, l'existence d'un lieu spécifique pour l'espace public est le fondement même de la démocratie. La vidéocratie<sup>6</sup> en promeut-elle son apogée, ou annonce t-elle sa dégénérescence par le fait que l'on ne peut plus distinguer entre le réel et la théâtralité? Le désenchantement du monde ne viendrait-il pas de ce narcissisme?

### **HYPOTHÈSE:**

La modernité est caractérisée par de nombreux malaises. Celui qui nous préoccupe ici est central, car il fait partie de notre vie quotidienne: le fusionnement de l'espace privé et de l'espace public. Le lieu où celui-ci est le plus visible est le lieu médiatique. C'est à dire que la télévision, grâce à divers moyens, tend à faire disparaître la frontière entre les deux espaces, qui pour nous, est indispensable au bon fonctionnement de la démocratie.

La politique en ne devenant plus que spectacle, en donnant davantage d'importance aux images qu'aux discours, perd de sa crédibilité.

L'hypothèse est donc que la théâtralité telle que pratiquée actuellement, c'est à dire cette machinerie d'images, est source de la délégitimité de la politique, et nuit grandement à la démocratie. Pour nous, l'autonomie inhérente à l'espace public devrait donc être maintenue.

Le danger de confondre réalité et fiction ou réalité et mythe<sup>7</sup> plane toujours au-dessus de nos têtes.

---

<sup>6</sup> Terme emprunté à Régis Debray in L'État séducteur, 1993 .

<sup>7</sup>Nous parlons bien sûr du mythe de Narcisse.

## **MÉTHODOLOGIE:**

Cette recherche se doit d'être pluridisciplinaire puisqu'elle s'imprègne de divers domaines d'études, communication, politique, psychologie sociale et sociologie. Nous espérons, néanmoins, que l'analyse sociologique nous permettra de percevoir les différents enjeux de manière originale. Il s'agit en définitive, d'une analyse externe à la télévision, dans une perspective de sociologie politique.

L'analyse n'empruntera pas, cependant, les terrains traditionnels de la sociologie de la communication, comme par exemple les analyses d'audience, les sondages, les analyses d'images ou d'émissions télévisées.

1/ Afin de mieux baliser notre sujet, et puisque notre but est de montrer que les médias ont un rapport avec le vide politique (par le fait qu'ils favorisent la personnalisation du pouvoir, promeuvent les images, le sensationnalisme, la séduction et donc la banalisation des événements), un retour historique est nécessaire. Il convient non seulement d'exposer les différentes théories de communication mais aussi de retracer les origines de l'espace public moderne.

En effet, lorsque l'on parle d'influence des médias, on se rend compte qu'il y eut de tout temps deux courants antagonistes.

- Celui de Paul Lazarsfeld, Katz qui ne voient que des effets négligeables et limités.
- De l'autre, celui du non moins célèbre sociologue canadien, Marshall Mc Luhan, puis celui de Jacques Ellul qui nuancent les théories précédentes et démontrent que les médias ont une influence sur la culture, c'est à dire sur nos manières de penser et d'agir.

Le sociologue ne fait pas de morale, notre but n'est donc pas de porter un jugement ou de crier à la manipulation, mais parce que ces deux courants expliquent les diverses pensées

contemporaines, nous nous devons de les mentionner afin de mieux appréhender le nouveau visage de la démocratie moderne.

Nous exposerons donc aussi les origines de l'espace public. La mise en scène fait partie intégrante de la vie politique, l'agora a toujours été le lieu de l'oralité, de la théâtralité.

2/ "Mise en scène", "État spectacle", "Dictature de l'image", "État séducteur"...

Dans ce raz de marée, un certain bouleversement de la réalité sociale est visible. La littérature est vaste, nous tenterons donc grâce à des auteurs tels: Wolton et Missika, La folle du logis, Régis Debray L'état séducteur, Richard Sennett Les tyrannies de l'intimité, et bien d'autres, d'analyser cette nouvelle réalité.

Nous démontrerons comment la trop grande mise en scène, la théâtralité, impliquent l'effacement de l'espace public.

Les moyens sont nombreux pour assurer cette théâtralité: l'immédiateté, la séduction, le sensationnel, autant de tactiques qui nous font penser à l'ère du simulacre de Baudrillard. (Baudrillard, 1981)

La médiatisation tend vers un excès d'images. Nous sommes dans une société iconolâtre qui vénère les images. Cette image qui a remplacé le discours, cette image que déjà l'on ne regarde plus: «L'image qui se nie elle-même. Sans contenu véritable, sans autonomie réelle.» (Zimmer Christian, in Le Monde diplomatique, 1989:206). Celle, qui permet à D. Bombardier de dire que l'écart entre espace privé et espace public diminue par cette culture de l'image.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> (Cf. Charon, 1991:258)

3/ Nous arriverons ainsi à pouvoir comprendre en quoi la théâtralité détruit l'espace public.

Cette image dont nous parlions à l'instant, nous livre une nouvelle réalité, une réalité fabriquée peut-être, d'où le phénomène de distance qu'il nous faudra analyser. La télévision, en s'immisçant dans la vie privée, atténue la distance. Boltanski nous aidera ici, à saisir les différents enjeux.

Ce manque de distance, mais aussi le besoin de transparence nous poussent à réclamer une nouvelle sorte de démocratie. C'est au nom de celle-ci par exemple, que le Monde diplomatique publiera en février 1992, une revue sous le titre de "Médias-Mensonge et Démocratie". Ce nouveau besoin démocratique explique cette soif d'images, cette fusion privé/public.

«Les dimensions du monde politique changent, la représentation de la vie politique se transforme et la conscience politique se modifie» (Hamon, 1964:355).

La transformation de notre imaginaire nous a menés vers une certaine dépolitisation. Peut-on parler de Médiacratie, de Démocrature? Selon Gérard Mermet, cela ne fait aucun doute. Quel avenir nous réserve cette démocratie? Faut-il croire en la communication comme son enjeu central, comme le fait Habermas?

A l'instar de Baudrillard, nous voudrions toujours garder la possibilité d'émettre un avis critique, en gardant un recul face à cette réalité cathodique. C'est un peu le but de cette recherche, faire réfléchir, ne pas toujours tout accepter et sans cesse garder à l'esprit que:

«Le monde dans lequel nous vivons est un défi et un jeu.[...]Le pouvoir. Votre pouvoir se situe au coeur même de cette réalité» (Korda, 1977:1).

Ainsi donc nous tenterons de confirmer notre hypothèse et de mieux comprendre les malaises de la modernité.

**ACTE I****HISTORICITÉ**

Afin de saisir l'ampleur de la crise actuelle, d'appréhender la dépolitisation, les changements démocratiques, nous mènerons ici une étude socio-historique. D'abord, il nous faudra retracer un bref historique sur l'influence des médias, sur l'espace public et enfin le sens donné au terme démocratie. Autrement dit, pour comprendre les transformations actuelles dans la politique, ou l'espace public, il nous faut définir à quoi ces trois termes font référence. Puisque nous voulons montrer qu'avec la modernité, l'autonomie de l'espace public se perd, nous nous devons d'explicitier clairement ses origines et ses buts. Quant à la démocratie nous pensons que la médiatisation grandissante constitue une menace pour elle, là encore le bref historique nous aidera à recontextualiser et définir cet élément.

**Scène 1:****SUR LES TRACES DES THÉORIES DE LA COMMUNICATION**

Dans notre société contemporaine, nous assistons d'un côté, à une dévalorisation de la politique et de l'autre, à une hégémonie grandissante du pouvoir des médias. La télévision impose de nouvelles règles à toutes les sphères de notre imaginaire et notamment, à celle de la vie politique.

«Les médias sont désormais au centre de la critique sociale: ils dégradent la démocratie et spectacularisent la vie politique, "montent en épingle" les faits secondaires, portent atteinte à la vie privée, font et défont arbitrairement les notoriétés, superficialisent les esprits, disent n'importe quoi» (Lipovetsky, 1992:238).

Les dimensions du temps et de l'espace se sont transformées par le biais des médias. Une nouvelle réalité a surgi.

Depuis un demi-siècle, les théoriciens des sciences de la communication essaient d'établir de nouvelles théories afin de révéler s'il y a influence des médias, s'il y a manipulation, ou si effectivement ils peuvent modifier les consciences. Nous n'entrerons pas dans les querelles des différentes écoles, nous souhaitons seulement nous interroger sur cette culture communicationnelle, car nous ne pourrions saisir l'impact de la "Société de communication" sans faire un court rappel sur l'histoire de la sociologie des communications.

D'autre part, en retraçant, dans un deuxième temps, l'origine de l'espace public tel que décrit par Hannah Arendt ou Habermas, nous montrerons à quel point il existe un écart entre la "Polis" de la cité grecque et celle de la cité médiatique. C'est ainsi que nous pourrions appréhender les nouvelles valeurs montantes que façonnent les médias, et conclure à un bouleversement de notre démocratie (ce qui sera l'objet de l'Acte III).

« Si la presse n'existait pas, il ne faudrait surtout pas l'inventer »  
(Balzac in Balle, 1988: 35).

• Exploration des catacombes de la société de communication:

Comment définir la communication? Sous ce terme extrêmement vaste se cache tout un jeu de pouvoir.

La recherche sur la communication est une discipline avant tout américaine, même si très vite les Européens s'y sont intéressés (Cf. Balle:1992). C'est en fait que leurs préoccupations n'étaient pas les mêmes. Les Américains s'intéressaient davantage à l'objet médiatique, c'est à dire aux contenants, alors que les Européens se préoccupaient des effets des médias.

C'est ainsi que (malgré des origines américaines), l'école de Francfort (Adorno, Horkheimer, Marcuse), dès les années 1930, introduisit le questionnement de l'influence médiatique aux États-Unis et dénonça les effets de l'industrialisation de la culture par les médias. Dans son approche marxisante, elle dévoila les menaces de la culture de "masse", et les aspects faussement démocratiques de la société de consommation.

Il est inévitable donc, de parler de l'école de Francfort, d'autant plus qu'il ne faut pas oublier qu'Habermas s'en est fortement inspiré, lui qui sera l'un des premiers, d'ailleurs, à parler de la dégénérescence de l'espace public. Il ne faut pas oublier non plus, les travaux de Marcuse «l'homme unidimensionnel» où il dénonce la manipulation des médias, la manipulation marchande.

Quant on parle de l'histoire des médias, trois périodes sont à distinguer. La première, avant 1940, où il existe comme nous venons de le voir, deux sortes de recherche, celle des américains et celle des européens, puis la période 1945-1960, où la psychologie sociale influence toutes les études et enfin celle après 1960, où l'on admet que l'influence des médias n'est pas un sujet facile.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Pour cet historique des médias nous nous sommes très largement inspirés de l'ouvrage de Francis Balle, 1990.

Lazarsfeld, qui est à l'origine de l'école de Francfort mais s'en dégagera lors de son implantation aux États-Unis, créera en effet le premier courant. Phénomène intéressant, puisque finalement c'est lui, un européen qui, durant les années 1940, lors de la campagne présidentielle entre Roosevelt et Wilkie, mène la première étude "The people's choice". Elle vise à faire connaître les différents facteurs influençant le choix des électeurs. Lazarsfeld, en effet, relativisera l'influence des médias, en ne croyant pas à la perversion de la culture et en soulignant que d'autres éléments, en particulier les relations sociales, pouvaient influencer la masse.

En 1948, Elihu Katz, poursuivant les études de Lazarsfeld, perpétue les conclusions de son maître à penser. Il constate en effet que:

«Les électeurs les plus versatiles ou les plus indécis se recrutent parmi les moins exposés à la radiodiffusion» (Balle, 1988:22).

Ainsi l'influence médiatique serait loin d'être négligeable; toutefois, Katz remarque qu'elle ne fait en rien changer l'opinion des citoyens convaincus dans leur choix politique.

A l'opposé de ce courant, se développe une autre pensée, celle d'une véritable mainmise sur l'opinion publique. Celle s'inspirant de la vision pavlovienne et behavioriste, que l'on peut résumer par l'image stimulus-réponse. C'est le courant de Lasswell, modèle dit de la "piqûre hypodermique" qui est cité dans l'ouvrage "The Communication of ideas" dirigé par Lyman Bryson (Cf. Balle, 1990:22). Il suggère que l'émetteur est l'élément déterminant et que le public reste passif. Rappelons, à cet égard, l'excellent roman de Georges Orwell, 1984 qui n'est pas sans nous faire frémir.

Les années 1960 marquent de nouveau un changement. C'est tout d'abord l'élection de John.F.Kennedy contre Richard Nixon, où l'impact des médias n'est pas à négliger. C'est en regard de cette nouvelle percée de l'image télévisuelle en politique que Elihu Katz pourra affirmer que le

public peut influencer les médias. Jacques Ellul continuera dans cette voie avec son oeuvre "Propagandes" en critiquant le modèle de Lasswell (il s'agit d'ailleurs d'une critique générale des travaux américains) et en affirmant que le spectateur se fait davantage le complice qu'il en est la victime. Ceci est particulièrement intéressant et nous fait penser à l'analyse plus actuelle de Baudrillard qui, lui aussi, nous suggère de ne pas sombrer dans la vision pessimiste et si facile de la manipulation:

«On a souvent pensé que c'était les média qui manipulaient mais on a oublié dans cette logique naïve de la communication que les masses sont un médium plus fort que tous les média, que ce sont elles qui les enveloppent et les absorbent ou qu'au moins, il n'y a aucune priorité de l'un sur l'autre» (Baudrillard, 1982:49).

Après J.Ellul, c'est à Marshall Mc Luhan que nous devons un autre changement majeur dans la réflexion des communications: «The médium is the message» signifie que le contenu est moins important que les médias qui transmettent:

«En d'autres termes encore, cela implique des moyens de diffusion et de communication, loin d'être des moyens parfaitement neutres, déterminent les modes de penser, d'agir et de sentir de la société» (Balle, 1988:31).

Autrement dit, la société est déterminée par l'évolution des technologies de communication. Les médias transforment considérablement nos pensées, nos manières d'agir et de faire.

Dans les années 1970, une nouvelle rupture à laquelle nous devons rattacher le nom de l'école de Palo-Alto et E.Hall se produit. Autre école qui se voudra d'ailleurs pro-médias. Un des éléments centraux est en effet que «la culture est communication», «On ne peut pas ne pas communiquer»:

«Elle<sup>10</sup> devient relation, processus social total et permanent dont Hall montre avec finesse qu'il passe aussi par les postures du corps, une infinité de signes non verbaux» (Neveu, 1994:48).

---

<sup>10</sup> Il s'agit ici de la communication

Par conséquent, parler de "société de communication" devient un pléonasme. Toutefois elle reste, (la communication), l'élément clé de nos sociétés modernes. Nous ne pouvons plus désormais parler de société sans parler de médias. C'est d'ailleurs pour cela qu'il est vain de porter un jugement moral sur les divers moyens de communication. La télévision fait partie intégrante de nos vies, l'important est davantage de voir les nouvelles interactions qu'elle génère. Néanmoins, s'interroger sur la maxime "on ne peut pas ne pas communiquer" serait intéressant, car cela est en contradiction directe avec les théories contemporaines sur l'individualisme, sur le narcissisme. Il est vrai que l'on n'a jamais eu autant d'information que dans nos sociétés, mais cela n'est pas de la communication, car justement il n'y a plus d'interaction, plus de distance. N'oublions pas non plus que trop d'information tue l'information.

La conscientisation populaire à propos des effets des médias a commencé autour des années 1970. Et disons, qu'avec ce terme de " Société de communication", devaient se joindre certains éléments comme l'abondance, l'autonomie des individus, la mondialisation, la contraction de l'espace-temps et surtout la démocratisation.<sup>11</sup> Si la mondialisation ne fait aucun doute dans notre modernité, justement dû aux médias, la démocratisation est l'aspect sur lequel nous voudrions nous pencher ici. Car cette démocratie télévisée ne peut qu'avoir un nouveau visage, d'où cette abondance de termes, Démocrature, Médiacratie...

Mais, avant de nous interroger sur la légitimité ou non de ces termes, retraçons les origines de l'espace public.

---

<sup>11</sup> Cinq promesses tirées de l'ouvrage de Neveu, 1994:54.

**Scène 2:****L'AGORA: LIEU DE POLITIQUE**

Nous vivons dans l'arabesque du "Theatrum mundi", comme déjà nous le suggérait Shakespeare. L'imaginaire a toujours commandé le phénomène politique, et ce dernier a toujours été un dispositif destiné à produire des effets.<sup>12</sup> Le pouvoir en effet ne peut se maintenir que grâce à la conciliation de la raison et du symbolique.

- **L'archéologie de l'espace public:**

En effet, la raison seule n'est pas suffisante pour maintenir le pouvoir. Machiavel, nous l'avait bien fait remarquer lorsqu'il conseillait au prince de gouverner par l'apparence de la *virtu*, de se faire aimer, d'avoir l'apparence d'un homme bon et respectable, fidèle et intègre mais sans nécessairement l'être (Cf. Machiavel, 1980).

«Tout pouvoir politique obtient finalement la subordination par le moyen de la théâtralité, plus apparente dans certaines sociétés que dans d'autres» (Balandier, 1980:23).

L'essence même des relations publiques est le jeu, l'art de se mettre en scène. Toute la politique repose sur l'imaginaire, sur le besoin de faire croire en quelque chose ou plutôt à quelque chose. Le pouvoir, c'est une affaire de symbolique. Il a pour but de produire des effets et par conséquent s'en donne les moyens.

---

<sup>12</sup> Nous devons cette réflexion à G.Balandier in Le pouvoir sur scène 1980.p.13. Pour lui en effet:  
 «Tout système de pouvoir est un dispositif destiné à produire des effets, dont ceux qui se comparent aux illusions créées par la machinerie du théâtre.»

«La politique est d'abord une lutte symbolique dans laquelle chaque acteur politique cherche à monopoliser la parole publique ou pour le moins, faire triompher sa vision du monde et à l'imposer comme vision juste ou vraie au plus grand nombre» (Champagne, 1990:21).

C'est à la Grèce que nous devons la distinction espace privé/espace public: «Dans la cité grecque parvenue à son apogée, la sphère de la *polis*, la chose commune à tous les citoyens libres, est strictement séparée de la sphère de l'*oikos* qui est propre à chaque individu» (Habermas, 1993:15)<sup>13</sup>.

L'agora, ou l'espace public était, avant tout, le lieu de l'oralité, de la rhétorique, le lieu des débats, le lieu où l'homme politique devait se battre sur la scène pour obtenir le plus d'adeptes possibles. Le politicien était donc un véritable acteur dans ce lieu spécifique, dans ce lieu créé pour la politique, pour la discussion. Habermas parlera de ce lieu comme un «monde de liberté et de pérennité» (Habermas, 1993:16), lieu où l'orateur brillait par sa prestance.

L'agora n'était pas lieu de morale mais lieu de théâtre, où les règles pouvaient être outrepassées, pas de volonté de transparence alors, juste le besoin de paraître. L'espace public permettait d'apparaître mais n'était pas nécessairement transparent.

En Grèce antique, en effet, espace public et espace privé n'étaient pas des notions antagonistes, mais bien plutôt complémentaires. Le public était un lieu de discours, alors que le privé possédait un caractère individuel secret.

«En public, on affrontait le problème de l'ordre social en créant des signes; en privé, on affrontait (sans totalement le résoudre) celui de l'éducation et de la protection en s'attachant aux principes transcendants. Les impulsions qui régissaient le domaine public étaient la volonté et l'artifice; celles qui régissaient le domaine privé, la modestie et le rejet de tout artifice. Le domaine public était une création humaine; le domaine privé l'humaine condition.» (Sennett, 1979:89)

---

<sup>13</sup> On trouvera également dans l'ouvrage d'Hannah Arendt, Condition de l'homme moderne, Chap. II, une très bonne description de l'espace public dans la cité grecque.

L'espace public conçu comme le lieu de l'artifice est la clé pour comprendre qu'aujourd'hui la trop grande théâtralité (incitée par les médias) tue l'espace politique. En fait, ce n'est pas tant la théâtralité que ce nouveau besoin de transparence, ce besoin d'authenticité partout et en tout, transparence voulue et réclamée à cause de la désacralisation des hommes publics, lesquels sont descendus de leur piédestal. Nous pourrions presque appeler cela la culture du sentiment. Les émotions personnelles ont investi le domaine de la politique. Peu à peu la frontière entre espaces privé et public s'estompe. Espace public s'oppose à espace privé: «Nous nommons aujourd'hui privé, un domaine intime dont on peut chercher l'origine à la fin de l'antiquité romaine[...]» (Arendt, 1983:48).

Que l'on remonte à Aristote, à Machiavel ou à Rousseau, ils étaient tous d'accord pour reconnaître à l'homme de l'espace public certaines qualités exceptionnelles. Aujourd'hui, ils sont devenus des hommes comme nous, et un déséquilibre s'est créé.

C'est Rousseau qui prédisait la fin de l'ordre public et annonçait un nouveau style de vie caractérisé par la fin de la politique et un puissant sentiment humain, ou sentiment narcissique si l'on préfère.<sup>14</sup> Et certes, l'espace public a beaucoup perdu, mais l'être humain n'a en revanche rien gagné.

En fait, cette destruction progressive du public s'est particulièrement développée au XIX<sup>ème</sup> siècle. L'individu est devenu une idée sociale et, peu à peu, l'ingérence du social dans la sphère du public a fait son apparition. Le déclin du public correspond en effet à l'apparition du social.

«La société, en pénétrant dans le domaine public, se travestit en organisation de propriétaires qui, au lieu de demander accès au domaine public en raison de leur fortune, exigèrent qu'on les en protégeât afin de pouvoir grossir cette fortune» (Arendt, 1983:79).

---

<sup>14</sup> (Cf. Sennett, 1979:93)

«Rousseau était aussi un prophète qui prédisait que l'ordre public s'effondrerait et serait remplacé par un mode de vie fondé sur la combinaison du sentiment intimiste authentique et de la répression politique»

Le privé s'est peu à peu transformé en domaine de l'intimité, et semble être devenu la seule préoccupation. Tout a dorénavant besoin d'immédiateté, de concret et de vérité.

Pourtant l'artifice, tel qu'il existait dans la vision classique du politique, ne signifiait certainement pas vérité, au contraire l'exagération, voire même le mensonge était tout à fait légitime dans l'agora. Il était le lieu de liberté, de créativité. Hannah Arendt nous en parle justement dans son ouvrage la Crise de la culture. Le domaine public était dominé par un esprit de compétition où, grâce à l'art du langage, l'homme public devait se différencier.

Pour Machiavel<sup>15</sup>, Platon, la politique n'a jamais été lieu de vérité. Il s'agissait davantage d'illusion, le but n'était pas de parvenir à la vérité si tentée qu'elle existe, mais de débattre sur la scène. D'ailleurs, de la même façon, l'acteur jouait un rôle dans l'agora, mais il s'agissait nullement de savoir si dans le domaine privé il agissait de la même manière.

«Les mensonges ont toujours été considérés comme des outils nécessaires et légitimes, non seulement du métier de politicien ou de démagogue mais aussi de celui de l'homme d'état» (Arendt, 1989:289).

Pourtant même si le mensonge est toujours allé de pair avec la politique, notre modernité a du mal à digérer cet état des choses. Non pas que le mensonge n'existe plus, mais nous voudrions, nous spectateurs, être au centre des débats et déceler le moindre défaut.

---

<sup>15</sup> Le Prince de Machiavel est à ce sujet une très bonne leçon sur le pouvoir, un très bon manuel pour tout politicien digne de ce nom.

Cela est lié, en fait, au développement de la société de communication dont nous parlions tout à l'heure. Avec l'expansion de la communication, nous avons cru à une plus grande démocratisation. Or, qui dit Démocratie, dit aujourd'hui transparence. Mais cette transparence n'est qu'un leurre, et une menace, car une trop grande clarté détruirait l'espace public qui a besoin de l'artificialité.

### Scène 3:

## **QUELQUES PRÉCISIONS SUR LA DÉMOCRATIE:**

Le terme "Démocratie" souffre d'un excès de sens. Trop large, il est à la fois un instrument, une idéologie, une valeur, une exigence de transparence justement.

Indiquons également que la démocratie s'est développée en France, au XIX<sup>ème</sup> siècle, au même moment précisément que la société de communication. Ce qui nous fait dire qu'historiquement la propagande ou la discussion publique, est liée à l'avènement de la modernité. Du siècle des lumières, nous avons hérité des croyances plus centrées sur l'individu, sur le besoin de concret. La modernité qui a su mettre les foules en mouvement<sup>16</sup>, le système politique et l'avènement des sciences (y compris science de la communication) ont créé un nouveau type de discours politique et pour le public une nouvelle façon d'appréhender la réalité, un discours politique vidé de sens et une réalité pleine de promesses démocratiques.

---

<sup>16</sup> Cela n'est pas sans nous rappeler la théorie sur les mouvements sociaux de Zsuzsa Hegedus (sociologue dans la lignée de Touraine), 1993. Elle voit dans la société moderne, ou ce qu'elle appellera plutôt "société auto-créative" le lieu d'une perpétuelle transformation, le lieu de la mobilisation, de la conscientisation des foules. A la base des mouvements, il n'y a plus une classe en particulier mais bien plus une volonté pour le peuple de contrôler son avenir.

Pourtant là encore, Rousseau nous avait prévenus :

«Il n'a jamais existé de véritable démocratie et il n'en existera jamais. Il est contre l'ordre naturel que le grand nombre gouverne et que le petit soit gouverné» (Rousseau, 1966:107).

Malheureusement, on oublie trop souvent ce postulat de base, et nous continuons à vouloir y croire, pour les thèmes qu'elle évoque en nous: " Liberté, Égalité, Fraternité."

Cette Maxime de Rousseau nous suggère, en effet, qu'une démocratie serait de donner le pouvoir au peuple, mais voilà cela présuppose un petit État, un peuple facile à rassembler, l'égalité dans les rangs et les fortunes (Rousseau, 1966:105), conditions impossibles à respecter dans le monde dans lequel nous vivons qui se veut de plus en plus global et sans frontière. Mais quoi qu'il en soit, nous devons nous méfier de toutes les sortes de pouvoir:

«Ce qu'indique Claude Lefort quand il définit la démocratie non pas comme le pouvoir du peuple, mais par l'absence de pouvoir central, car il est plus important de supprimer le trône que d'y faire asseoir un nouveau Prince, peuple au lieu de roi, dont le pouvoir risque d'être plus absolu encore» (Touraine, 1992:379).

L'idée selon laquelle l'origine de la cité vient de Grèce est maintenant admise. Comme nous le mentionne Jacques Robin<sup>17</sup>, elle remonte environ au Vème siècle avant J.C.. De la cité grecque, la modernité a retenu l'unité et l'homogénéité sociale, ainsi que l'idée du dialogue dans l'espace public, en un mot c'est l'action et la parole (Cf. Arendt, 1983).

«La démocratie grecque, en effet, percevait que "dans le dialogue que les citoyens entretiennent, les choses viennent au langage et en reçoivent forme". Cette idée selon laquelle la vérité dans les choses publiques advient à travers le langage, l'idée en fait d'une "vérité argumentative", la démocratie moderne se propose de la rendre effective» (Thériault in Le dialogue en éthique, 1994:18).

---

<sup>17</sup> Jacques Robin dans son ouvrage Changer d'ère (p.289) nous fait une excellente analyse de la démocratie.

Quant au discours suivant lequel la démocratie ne nous a pas permis de réaliser les idéaux de la modernité, comme l'égalité, la liberté, il est souvent élevé au rang des plus hautes critiques sur la modernité. Pourtant ce discours cache bien souvent les processus de changements réels à l'oeuvre dans les sociétés démocratiques, changements que nous oublions trop souvent. Nous n'avons jamais eu tant de liberté, jamais tant d'information, nous participons à tous les événements de la planète, donc nous pourrions nous croire libres; oui, seulement voilà, l'être humain est insatiable.

«Dire qu'on n'a pas réalisé l'égalité, c'est se placer dans l'optique du XVIIIème siècle et faire abstraction des deux siècles qui ont suivi. On est égaux en Occident. Dans le sens où les gens du XVIIIème l'entendaient, on est égaux. L'égalité est réalisée mais du fait qu'elle l'est, on s'aperçoit qu'elle ne peut pas l'être! C'est à dire que le concept d'égalité s'est transformé entre nos mains. De même la liberté: on l'a réalisée, on a une liberté extrême. Mais en réalisant la liberté, on s'est aperçu que ce n'est pas cela la liberté. Le concept même de liberté nous a transformés et ce n'est plus de cette liberté là qu'on veut»  
(Morf in Conjoncture n.20-21, 1994:7).

Cette citation permet de nous rendre compte à quel point il est important de parler de la démocratie. Il faut évidemment remarquer que cette notion est plus une valeur qu'autre chose, elle est un processus et par ce fait même, elle évolue dans le temps et dans l'espace. La démocratie est en mouvement et un mouvement dynamique (tout comme l'idée de la société de Max Weber).

Maintenant croire que c'est le peuple qui gouverne est un peu illusoire, voire même une idée manipulatrice pour certains; Noam Chomsky<sup>18</sup> est de ceux là, puisque selon lui, les seuls intérêts assurés sont ceux des riches. La vision de la démocratie inscrite dans la description des

---

<sup>18</sup> Son analyse sur les médias est également très touchante, citons à cet effet son film: "Manufacturing Consent: Noam Chomsky and the Media" où il montre que les médias sont de véritables entreprises qui assurent les intérêts de l'état, de l'élite politique.

communications modernes réalisée récemment par des auteurs du Monde diplomatique<sup>19</sup>, tels Ignacio Ramonet, Claude Julien, s'inscrit également dans cette ligne de pensée.

Certes, le peuple pourrait se donner la peine de prendre son avenir en main, ce que croit Zsuzsa Hegedus d'ailleurs<sup>20</sup>; il en a dorénavant les moyens, grâce bien sûr, à cette société de communication dans laquelle Habermas met tant d'espérance. Cependant pour paraphraser Hobbes, nous savons que l'homme a besoin d'une main dirigeante, d'un pouvoir qui le maintient en société, car il n'éprouve pas beaucoup de satisfaction à vivre avec ses semblables (Cf. Hobbes, 1991).

«En même temps, aucun gouvernement ne consent à laisser le pouvoir au peuple et aucun peuple n'est capable de s'en saisir durablement. Il faut donc que le peuple soit, et qu'il soit impuissant» (Hentsch in Conjoncture n.19,1994:9)<sup>21</sup>.

Il ne faut d'ailleurs pas oublier que la démocratie de la cité grecque reposait sur l'inégalité sociale. Étaient exclus en effet du politique, les femmes, les artisans, les enfants, les étrangers, les esclaves. Le dialogue sur la place publique n'était possible que pour les citoyens, les personnes appartenant au même rang social et disposant d'une intelligence certaine.

«Éthique et politique sont indissociables. Cette conception de la liberté, avec ses racines tribales et guerrières, a pour effet de réserver l'accès de la vie politique à ceux qui détiennent dans la sphère privée le fondement et les moyens de leur autonomie, de leur "maîtrise" et qui participent comme soldats, du moins en principe, à la défense de la liberté commune et à la domination extérieure. A juste titre, Hegel parle à propos de la liberté grecque, de la "liberté des maîtres"» (Hentsch in Conjoncture n.20-21, 1994:72).

---

<sup>19</sup> Je veux parler ici des auteurs des "manière de voir" du Monde diplomatique qui pour la plupart dénoncent l'illusion démocratique de nos sociétés modernes.

<sup>20</sup> Cf. Hegedus, 1993,op.cit.

<sup>21</sup> L'article "Dialogue électif" (p1-26) de Hentsch.T. nous semble un excellent récapitulatif de ce qu'est la démocratie dans nos sociétés modernes.

La vie politique de notre réalité contemporaine est-elle tellement différente qu'il nous faille crier à l'état anti-démocratique, à l'inefficacité de la démocratie?

Ce qui s'est profondément modifié avec la démocratie moderne fût l'avènement de la rationalité, la fin de la transcendance. Depuis le siècle des lumières, la raison a remplacé le droit divin et la transcendance a fait place à la volonté de transparence. Besoin nouveau de nous faire croire à la légitimité de la politique. La transcendance permettait une explication externe à la société, la transparence mène vers une explication narcissique. «Transparence en soi et pour soi dirait Hegel; mais transparence, ajouterons-nous, qui repose sur une dévalorisation de l'imaginaire [...]» (Miranda, 1986:12).

De toutes ces lectures de la démocratie, nous devons finalement toujours nous rappeler qu'elle est un processus, une façon de faire, d'être et d'agir en perpétuelle quête de devenir, qu'elle n'est nullement une fin en soi, mais un moyen pour parvenir à une société plus égalitaire (Cf. Lefort, 1979).

Peut-il au fond exister une démocratie dans une société de masse? Une société qui vénère la consommation? Car là est bien la question pour ceux qui nous parlent de Démocrature, état dégénéral de la démocratie. Dès lors qu'est donc la démocratie? Si c'est comme le mentionne Alain Touraine dans l'entretien qu'il a eu avec V.Dassas et M.B Tahon, «un régime politique qui assure aux individus, aux groupes et aux sociétés l'espace de liberté institutionnellement défini et protégé dans lequel peut s'opérer une certaine recomposition des flux et des formes, des contenus culturels et des échanges économiques.» (Touraine in Conjoncture n.19, 1994:35), cela présuppose un espace spécifique à la politique, et donc notre inquiétude quant à la démocratie ne serait pas sans fondement à l'heure où la frontière entre espace public et espace privé s'estompe.

Pour qu'il y ait l'équilibre nécessaire entre les deux, c'est à dire, pour qu'il y ait démocratie, l'existence même de l'espace public déterminé comme étant l'espace politique est nécessaire. Principe fondamental dans la vision de Touraine pour qui, justement, prévaut quatre conditions essentielles pour la démocratie, à savoir:

- L'existence d'un espace politique spécifique.
- La séparation de la société politique, espace de pluralisme et de diversité des intérêts et de l'état qui par définition est un.
- La présence consciente d'un principe d'égalité entre les individus.
- L'existence de groupes d'intérêts reconnus et organisés de manière autonome.

(Touraine in Lamoureux, 1991:439)<sup>22</sup>

Or comme nous l'avons déjà mentionné, la société de communication qui pousse à la non-existence d'un espace politique, brise la première condition inhérente à la démocratie.

Car en effet, si la politique ne possède pas un espace à elle, tout alors devient politique et plus rien ne l'est véritablement.

«Quand tout est politique, c'est la fin de la politique comme destin, c'est le commencement de la politique comme culture, et la misère immédiate de cette culture politique»  
(Baudrillard, 1983:63).

---

<sup>22</sup> Touraine cité dans l'article de Guy Rocher in Lamoureux, Droits, Liberté, Démocratie.

La société de communication s'est donc, comme nous l'avons vu, fortement développée au XIXème siècle, au même moment précisément du déclin de l'espace public.

«A l'époque de la bourgeoisie victorieuse, en fait au 19ème siècle, cette sphère n'est déjà plus un lieu où se développe une "critique" au sein d'un public, mais un lieu à partir duquel le public est constitué, manipulé, dépolitisé» (Thériault, 1994:18).

Il se trouve en fait que la médiatisation de la politique brise les conditions de la démocratie, dans le sens où, ce qui prime, à présent, est le taux d'écoute pour les profits. Il y aura spectacularisation, mise en scène, affrontement, dans le seul but de captiver l'audience. De ce fait même, nous assistons à une banalisation des événements, à une théâtralisation de la politique. Celle-ci perd son aspect autonome pour devenir un produit de marketing: «La victoire économique et technique de la bourgeoisie se serait réalisée au prix d'une dépolitisation massive des sociétés» (Thériault, 1994:19).

Le déséquilibre qui se produit entre privé et public est au coeur même de la modernité. Il est important, en effet, de savoir s'il ne faudrait pas limiter l'espace politique, et allant dans le même sens, restreindre le privé à la vie privée.

La trop grande socialisation à travers les médias n'est-elle pas une empreinte de l'effacement du public? La plus grande transparence de la société ne mène t-elle pas vers un dépérissement de l'espace public? Ces hommes politiques qui ne sont plus que des marionnettes, qui sont apparentés aux stars, ne sont-ils pas un signe du manque de frontière entre les deux mondes.

Regardons, à ce sujet, les présentations télévisées sur les différents candidats à la présidence de la France. Quel spectacle pitoyable! Sans avoir exposé de projet concret, chacun appelle à un rassemblement, non plus autour d'un parti, mais autour d'une solidarité.

Quant au parti socialiste, l'exemple est bon; il s'agit de voter pour une certaine personnalité et certainement pas pour un projet. A la question, quelle est la différence du point de vue des idées politiques entre H. Emmanuelli et L. Jospin, même le secrétaire général du P.S ne saura pas répondre.<sup>23</sup>

Nous sommes loin de la scène publique grecque où:

«On n'y tolère que ce qui passe pour important, digne d'être vu ou entendu, le reste devenant automatiquement affaire privée» (Arendt, 1983:62).

Où sont donc passés les débats, les discours de l'espace public. Où sont passées les confrontations d'opinions? La politique se vide de son sens, et les médias se gorgent d'images.

Cet équilibre était d'ailleurs probablement le garant de nos sociétés occidentales. La politique par sa trop grande théâtralisation fait sauter les barrières et tout semble autant privé que public.

Il se trouve que la société de communication a agrandi le nombre de personnes concernées par la sphère publique. Par conséquent, chacun veut y participer, revendiquer plus de transparence. Pour une étendue toujours plus grande du marché, la télévision a baissé ses standards de qualité et est tombée dans le spectaculaire. Pourtant la Grèce savait que la "polis" ne pouvait survivre qu'avec un nombre très restreint la constituant, non pas que l'on veuille revenir à la démocratie athénienne mais le problème de la transparence amène une ingérence du citoyen dans tous les domaines.

«Les Grecs, dont la cité fut la plus individualiste, la moins conformiste que nous connaissions, savaient fort bien que leur polis, mettant l'accent sur le langage et l'action, ne pouvait survivre qu'à condition de maintenir toujours restreint le nombre des citoyens. Une foule de gens entassés inclinera bientôt presque irrésistiblement au despotisme, celui d'une personne ou celui de la majorité» (Arendt, 1983:53).

---

<sup>23</sup> Question posée par B. Masure à H. Emmanuelli lors du journal du Soir sur antenne 2. Mercredi 25 janvier 1995.

L'espace public a donc subi de grandes transformations dans cette modernité; elles se sont produites peu à peu, elles ont modifié les rôles des acteurs et des spectateurs.

La communication est devenue une fin en soi et non plus un moyen. Nous savions depuis Aristote que la politique était l'art de gouverner la cité, aujourd'hui les médias semblent avoir pris ce rôle en transformant le citoyen en spectateur, et l'homme public en homme commun.

Nous allons donc parler du nouveau pouvoir, de cet homme public descendu de son piédestal, de cette dégénérescence de la politique.

**ACTE II****THEATRE ET POLITIQUE****Nouvelle réalité sociale à l'heure du marketing**

«Une nouvelle société est en train de naître sous nos yeux, fondée sur la circulation de l'information à travers des équipements collectifs et des objets de consommation de type nouveau»  
(De Virieu, 1990:10).

La vie politique est théâtrale et l'a toujours été. Dénoncer l'état-spectacle n'est donc pas très pertinent. Par contre, parler de la nouvelle réalité sociale à laquelle est confrontée la représentativité politique, nous touche au plus profond de notre imaginaire.

On trouvera donc dans ce chapitre, une étude approfondie sur le télépoliticien qui a succédé à l'homme public, un homme qui dès lors, n'obtient plus de gloire par l'art de la rhétorique mais par une bonne image télévisée. Les pratiques politiques se sont modifiées par le déclin de l'espace public tel qu'existant dans la cité grecque.

Nous pouvons alors nous demander si c'est en effet la société de communication qui délégitime la politique, ou si c'est cette personnalisation du pouvoir qui réduit la politique à sa dimension la plus simple.

Non seulement la personnalisation du pouvoir, mais également l'image, le visuel qui sont les éléments prépondérants de notre imaginaire modifient notre perception de la politique. Par conséquent afin de mieux comprendre la réalité sociale actuelle, nous analyserons également ce nouveau pouvoir que crée l'image.

**Scène 1:****PERSONNALISATION DU POUVOIR**

Le XIXème siècle est marqué par le culte de l'individualisme, comme l'affirme R. Sennett, l'individu devient une idée sociale<sup>24</sup>. Parallèlement, c'est également l'entrée des masses dans la vie politique. On se préoccupe dorénavant des sentiments, des sensations. Car déjà le lieu public est désinvesti de la critique. L'économique l'emporte sur la démocratie argumentative: «le libéralisme triomphant a transformé la vérité argumentative en un mécanisme de compromis reposant sur la répression des intérêts universalisables» (Thériault, 1994:19). Ainsi s'opère le désinvestissement de la sphère publique au profit de la sphère privée. Les hommes publics ne sont plus jugés sur leur acte mais sur leur personnalité, sur leur image véhiculée par les médias.

L'ingérence du social dans la politique s'est faite progressivement. Du héros, l'homme politique est devenu une personnalité qui devait prouver son intégrité, son authenticité. Donc, «nous jugeons de l'authenticité ou de la crédibilité d'un politicien d'après sa personnalité, et non d'après le programme qu'il défend» (Sennett, 1979:13).

---

<sup>24</sup> Idée prise de son ouvrage, Les tyrannies de l'intimité, 1979:107.

N'oublions pas, en effet, que la démocratie est née d'un refus du droit divin, ce qui explique que nous ayons besoin de rationalisation et de transparence.

Le système public, avec l'avènement des médias, avait donc à faire face à une nouvelle réalité, celle du "marketing politique".

«A la politique traditionnelle, s'est progressivement substituée une autre conception de la politique explicitement conçue et organisée pour intéresser un large public. On a ainsi transformé la politique en lui donnant un contenu "regardable" pour un vaste public, c'est ainsi que sont apparus les duels entre les stars de la politique qui se situent dans la logique du combat sportif» (Champagne, 1990:148).

C'est ainsi que, dans son dernier ouvrage, Champagne, met en lumière le jeu politique et dévoile l'illusion démocratique dans laquelle nous sommes.

Le but recherché est donc l'obtention d'une audience maximale, et dans la logique du marketing, les émissions politiques ne tiennent plus compte de l'essence même de cette politique, mais sont transformées pour un vaste public. Et certes, il n'a jamais été aussi vaste!

«Il semble que les seuls recours dont il dispose soient de se cacher ou de fixer lui-même la règle du jeu [...]. Dès lors qu'il n'est pas possible de se dérober durablement, il revient à l'homme politique d'apprendre à maîtriser l'image plutôt que d'en redouter les effets pervers»(Mouchon in Mots, 1989:46).

Le nouvel acteur politique est aujourd'hui un télépoliticien<sup>25</sup>. Il ne doit plus vendre un discours mais son image. Il y a d'ailleurs simplification extrême du message politique dans nos sociétés modernes, comme si en élargissant le public, celui-ci s'abêtissait.

La volonté de transparence, d'auto-connaissance, d'authenticité, nous a amenés vers cette volonté de percevoir la personnalité publique dans son ensemble.

---

<sup>25</sup> Terme emprunté à Balandier, Le pouvoir sur scènes, op. cit. p.162.

Nous ne parlons plus de liberté ou d'égalité, mais bien plus de transparence, jeu auquel les hommes politiques se plient aisément d'ailleurs.

«Valéry Giscard d'Estaing, ardent défenseur de la modernité et du changement, semble avoir parfaitement intégré cette nouvelle culture politique [...]. Il apparaît à la télévision en col roulé, joue de l'accordéon, [...], prend le métro [...], prend le petit déjeuner à l'Élysée, avec des éboueurs sénégalais, etc.» (Champagne, 1990:152).

La politique était certes lieu de symbolisme, mais il semble que la réalité triviale l'emporte. Il se produit alors l'ensorcellement de la masse. Là commence la culture du spectacle, la mort du public et l'aliénation du privé.

« [...] C'est une façon rationnelle de penser à la politique dans une culture régie par la croyance dans l'immédiat, dans l'immanent et l'empirique, culture qui rejette comme douteuse, mystique ou surannée toute croyance se rapportant à ce qu'on ne peut ni sentir, ni éprouver directement» (Sennett, 1979:214).

Les partis politiques n'expriment plus d'idées. De gauche ou de droite, il n'y a plus de différence. Un parti, aujourd'hui, c'est avant tout l'image d'un homme: c'est ce que l'on appelle la personnalisation du pouvoir. Ainsi voter pour François Mitterrand, lors de la dernière élection présidentielle, était davantage voter pour son image d'homme mûr et responsable, son image de "tonton de la France", que voter pour le parti socialiste.

Le pouvoir qu'exercent les télépoliticiens semble apporter la transparence que l'homme narcissique recherche. Cette volonté de transparence qui a poussé un à un les candidats à la présidence française à publier leur patrimoine. Il se produit alors une sorte de banalisation du pouvoir par une attitude désinvolte, désintéressée à l'endroit de la politique. Peu à peu, nos vedettes politiques s'entretiennent avec Anne Sinclair pour "Sept sur Sept" au même titre que des chanteurs, des comiques.

«Ce qui a l'air en eux naturel est "en réalité fabriqué" par les conseillers en communication. [...] les événements sont construits; il existe un "champ de production des événements médiatiques" et ce n'est pas un hasard si la presse est régulièrement accusée de fabriquer artificiellement des événements ou de faire une publicité trop appuyée à certains groupes ou certaines causes» (Boltanski, 1993:254).

L'hyper-individualisation, la société du spectacle sont des effets typiquement narcissiques. Cette société est peut-être plus transparente et par ce fait peut-être plus démocratique, c'est le point de vue partagé par exemple par François Henri De Virieu ou D. Wolton. En effet, ceux-ci pensent que la télévision a beaucoup apporté au débat démocratique et qu'elle constitue un lien social non manipulateur.

Pourtant, il peut également y avoir saturation des émotions.

On oublie, par exemple, que pour exister, certaines choses doivent se maintenir dans l'ombre:

«Bien que la distinction entre privé et public coïncide avec l'opposition entre la nécessité et la liberté, la futilité et la durée et finalement la honte et l'honneur, il ne s'ensuit nullement que le domaine privé soit le lieu réservé au nécessaire, au futile au honteux. Le sens le plus élémentaire des deux domaines indique que certaines choses, tout simplement pour exister, ont besoin d'être cachées tandis que d'autres ont besoin d'être étalées en public» (Arendt, 1983:85).

Et ce déséquilibre, qui fait que la politique n'appartient plus à une sphère différente de celle du privé, peut provoquer la désacralisation de celle-ci, c'est à dire cette désinvolture face à la politique et au politicien.

Alors que les sociétés traditionnelles étaient basées sur l'oralité, la communication politique médiatisée est la condition du fonctionnement de l'espace public contemporain. La politique a perdu toute autonomie et appartient maintenant à la médiatisation.

C'est l'idéologie du spectacle, où l'homme politique n'a plus qu'un rôle d'acteur. Il descend dans l'arène et par son image doit séduire.

Roger-Gérard Schartzberg<sup>26</sup> est de ceux qui critiquent cette dépolitisation, cette nouvelle artificialité, tout comme Hannah Arendt, car pour elle:

«La politique est faite, pour une part de la fabrication d'une certaine image et par l'autre, de l'art de faire croire à la réalité de cette image» (Arendt in Schartzberg, 1977:12).

Comme nous l'avons déjà vu, pour Hannah Arendt, l'espace public était le lieu de l'artifice (et non pas de vide de discours et de débat, comme c'est le cas aujourd'hui), le lieu de créativité. Le politique était un lieu construit mais grâce à la rhétorique et non à la victoire économique et technique (Cf. Arendt, 1983).

De cette façon, la communication politique remplace la politique. Et le politicien doit dorénavant s'entourer de spécialistes en communication. La politique n'est plus qu'une mise en scène où les personnages ne jouent plus que le rôle que leur assignent ces conseillers. Il cherche à fasciner, non plus par le symbolique propre à l'espace public athénien, mais par sa personne. Ne perd-t-on pas le sens de l'espace public quand l'expression du visage représente 55% de l'impact sur les spectateurs, que la voix obtient 38%, alors que le contenu n'arrive à atteindre qu'un petit 7%<sup>27</sup>?

---

<sup>26</sup> Cf. Schartzberg, 1977

<sup>27</sup> Cf. (Régis Debray, 1993:21)

La mort de la politique est annoncée, le sacre de la Médiacratie est proche. Cette nouvelle réalité est ancrée au plus profond de notre système: «cela se voit dans la transformation de la maison du Président, où le modeste "service de presse" de l'Élysée, sous un comble lointain, promu "cellule de communication", devient le centre et l'âme du palais» (Debray in Le Débat n.74, 1993a:6)<sup>28</sup>.

À quoi ressemble cette politique faite uniquement de sondages? À regarder la France aujourd'hui, en mars 1995, le spectacle en devient ridicule! À quelques mois des élections, sans qu'aucun programme n'est encore vu le jour, les sondages annoncent déjà le futur président. Les hommes publics doivent dorénavant tenir compte des sondages, s'en expliquer. Il nous est donc aisé de comprendre que l'autonomie de l'espace public n'est plus certaine.

La communication politique est donc loin d'aider à la légitimité de la politique. L'impression qu'elle impose ses règles est plus grande. Comment, en effet, ces sondages feraient-ils pour ne pas intervenir dans le choix des spectateurs, dans le choix du jeu politique lui-même? Bien sûr, nous savons que l'actualité change aussi vite que les sondages, mais ceux-ci ont une influence certaine sur l'opinion sociale, d'où cette loi du 19 juillet 1977 interdisant tout sondage, une semaine avant le premier tour.

Pierre Champagne s'intéresse à cela justement dans son dernier ouvrage Faire l'opinion<sup>29</sup>. Démasquer les politologues médiatiques et les instituts de sondage fut sa préoccupation première. En effet, les sondages ne sont pour nous qu'un élément de plus, délégitimant la politique, car ils sont utilisés par les médias pour intervenir dans le jeu politique.

---

<sup>28</sup> Dans ce numéro du Débat citons l'excellent article de Marc Fumaroli et Régis Debray sur *la dictature de l'image*.

<sup>29</sup> Champagne, faire l'opinion 1990.

Non seulement ils influencent l'opinion publique, mais créent ainsi une nouvelle réalité pour l'espace public. Le jeu politique est alors mené de front par les hommes publics, les agents de marketing, et les boîtes à sondages.

"Triomphe du spectacle" pourrait être le titre de notre réalité sociale actuelle, qui n'est autre finalement que l'exacerbation des tendances inhérentes de la modernité . Le débat politique a presque perdu la scène théâtrale, elle se retrouve plutôt dans l'arène d'un cirque!

Notre vie quotidienne s'est trouvée fort modifiée par ce déséquilibre public/privé qui a commencé avec l'avènement de la modernité. Nos valeurs modernes en découlent directement. La politique se diversifie de plus en plus et a tendance à s'étendre à de multiples domaines: elle s'est transformée à travers la modernité.

Une réalité sociale contemporaine que nous pouvons donc appréhender comme l'éclatement de nos valeurs traditionnelles, l'éclatement du social, comme le dirait Michel Maffesoli. Et justement, dans ce nouveau lieu social, où il n'y a plus réellement de repérage possible, la politique ou l'espace public a dû faire face à de nouvelles caractéristiques qui appartiennent à la modernité elle-même. Ces nouvelles caractéristiques (tels la personnalisation du pouvoir, l'importance de l'image, l'instantanéité, le besoin de transparence etc.) font que peut-être nous sommes dans une sorte d'aliénation. Mais ce qui est sûr, c'est que nous sommes surtout dans un espace où l'admiration pour la communication est sans limites. Mais il y a danger, danger de mort:

«Dans la mesure où la politique de la personnalité consiste à dissuader le public de juger le politicien à l'aune de ses actes, et dans la mesure où tous les éléments du caractère deviennent symboliques sans avoir de référents concrets, toute tâche peut devenir un terrible agent d'auto-destruction» (Sennett, 1979:223).

De la culture de l'oralité, nous sommes passés à la culture consommée. Notre société est régie par le jeu de la communication, de la médiatisation. Nous pouvons donc fort pertinemment nous poser la question de l'effacement du et de la politique face à la machinerie médiatique. Jürgen Habermas a été d'ailleurs l'un des premiers, en 1962, à dénoncer le déclin de la sphère publique:

«On observe aujourd'hui une tendance persistante à l'absorption d'une sphère publique "politique" dont la fonction est devenue plébiscitaire, par une sphère publique que la culture de consommation a dépolitisée» (Habermas, 1978:185).

Ainsi, désormais, pour exister, tout événement doit être médiatisé, tout homme politique doit devenir télépoliticien. Non seulement il y a personnalisation du pouvoir, mais aussi et surtout une culture de l'image, véhiculée, bien sûr, par la télévision. Et même si ce n'est pas elle qui a obligé le politicien à jouer un rôle, à vouloir persuader, même si ce n'est pas elle qui a désinventé la rhétorique, elle transforme par la profusion d'images notre univers. Maintenant peut-être, n'est-ce pas la télévision mais cette démocratie de masse qui impose l'effacement de l'espace public.

L'idée selon laquelle notre culture est de plus en plus froide, anonyme, renforce notre volonté d'avoir à faire face à la vérité, l'authenticité, l'immédiateté, d'où ce désir des spectateurs de connaître la vie privée des hommes publics. Les médias font disparaître le discours et le débat politique au profit de l'image. La personnalisation du pouvoir renvoie donc à l'image. On se passe désormais de programme politique, le visuel a plus d'importance que les idées. Le but des médias est devenu tout autre. Il s'agit de séduire, de distraire: nous passons dès lors à une culture des images.

**Scène 2:****LA CULTURE DE L'IMAGE**

«Nous asphyxions! Enfoncez les murs d'images, rouvrez avec des mots les fenêtres du grand large!»  
(Debray, 1993b:192).

Quelque chose de spécifique apparaît dans la réalité sociale contemporaine: le lien social se construit désormais autour de l'image et, en particulier, de l'image télévisée. En effet, si nous avons pu penser que l'espace public allait de pair avec la communication (dans le sens "lieu de l'art du langage"), l'image elle, est davantage liée aux communications modernes.

Non seulement les médias ont imposé de nouvelles règles pour la politique, mais ils nous imposent le pouvoir permanent de l'image. Celle-ci devient alors l'élément central. Mais est-elle un moyen de transmission de l'information ou un masque dissimulateur?

Du temps des pharaons déjà, l'image fut utilisée pour la propagande. Accessible à tous, elle a une valeur magique. Elle est également présente dans toute l'iconographie religieuse:

«Les papes et les évêques réinjectent de l'image dans l'idée parce qu'elle seule donne du corps à l'esprit, de la chair à la promesse, et aux foules un étendard de ralliement» (Debray, 1992:94). En effet, tous les grands mouvements populaires se sont servis de l'image comme moyen mobilisateur.

Le pouvoir, quant à lui, s'empare de l'imagerie pour légitimer sa place. Et c'est véritablement avec la séparation État/Église que l'imagerie sera au service de la politique (Cf. Gourevitch, 1986:19-36). Toutefois, au XIXème siècle, ce sont les grandes institutions qui monopolisent les masses non pas l'image comme dans nos sociétés modernes.

Il faudra, en effet, attendre la première élection présidentielle au suffrage universel direct en 1848, pour que la technique de l'imagerie politique se développe. Puis, ce sera l'envol avec la première guerre mondiale, pour en arriver, *hic et nunc*, dans la culture de l'image:

«Nous sommes désormais dans un au-delà de l'image. Ce qui ne signifie pas que cette dernière, au moins en apparence ait cessé de régner. Notre univers est, plus que jamais, envahi par elle. Mais notre époque a donné naissance à ce phénomène étrange, paradoxal: l'image qu'on ne regarde pas» (Le Monde diplomatique, 1989: article de Zimmer).

Notre époque, en effet, par le besoin de l'instantané, de la rapidité, de la transparence, a largement accepté la machinerie de l'image. Nous sommes dans l'ivresse de l'enchantement de la communication instantanée, dans le sensationnalisme qui ne peut exister que dans et par l'image. «Comme le disait déjà Confucius " une image vaut mille mots", l'optimum de la relation est du côté de l'indice (l'image en direct), non du symbole (le mot écrit) (...)» (Debray, 1993b:127). Grâce à cette image, nous croyons à la transparence.

Tout devient spectacle, tout devient mise en scène, les guerres, la détresse, la politique... Cette société iconolâtre a apporté avec elle le besoin de l'immédiateté, du spectaculaire, du sensible et cette volonté de transparence. Ce qui poussera Missika et Wolton à dire que la télévision est "l'objet le plus démocratique des sociétés démocratiques" (Missika et Wolton, 1983:couverture).

En effet, la télévision est un miroir culturel sans précédent. Le moindre événement est médiatisé et imagé. Serions-nous dans l'ère du "village global" de Mac Luhan? Le monde entier est à notre portée, et il se trouve que justement nous avons confiance dans l'image car elle est censée représenter la réalité. Ce n'a pourtant pas été le cas de la guerre du Golfe ou de la Révolution roumaine. Autrement dit, ces deux exemples sont parfaits pour montrer à quel point les images peuvent être fabriquées et combien il est facile de réinventer notre réalité. L'idée de l'irréalité de l'image est ici avancée. Ainsi, sous des aspects de transparence, notre démocratie se trouve trahie et menacée.

«La guerre du Golfe,[...] venait bientôt confirmer à quel point l'apparence du direct pouvait masquer des processus contrôlés et planifiés de sélection de l'information: lancement de missiles irakiens comme programmés par le journal de vingt heures, quasi-absence d'images des milliers de victimes des bombardements et des affrontements finaux...» (Neveu, 1994:75).

Quant à la pseudo-révolution en Roumanie, la création de toute pièce du charnier de Timișoara nous montre que les images dépassent la réalité, en fabrique même une nouvelle. Nous entrons dans une ère de simulation.

Ce qui fascine, en effet, c'est la possibilité de tout voir. Un constat s'impose donc! Nous n'avons jamais eu tant de circulation d'information et cet afflux de connaissance pourrait ainsi permettre, d'une certaine façon, la mobilisation des consciences au niveau global. Car c'est, en effet, le spectateur lui-même qui a soif de ces images. Nous sommes avides du direct. Il nous semble ainsi que nous participons davantage à la gérance du social. C'est l'avis de J. Baudrillard qui écrit:

«On leur donne (aux masses) du sens, elles veulent du spectacle. Aucun effort n'a pu les convertir au sérieux des contenus, ni même au sérieux du code. On leur donne des messages, elles ne veulent que du signe, elles idolâtrèrent tous les contenus pourvu qu'ils se résolvent en une séquence spectaculaire» (Baudrillard, 1982:15).

Et cette séquence spectaculaire est recherchée non seulement pour tout événement, mais aussi pour toute représentation politique. Il revient à l'image de créer sa propre réalité tant au niveau de l'événement, qu'à celui du politicien. Cette affluence du visuel nous fait d'ailleurs oublier l'artifice de l'image. Nos vies sont envahies (comme nous venons de le voir, par ailleurs, nous facilitons cette invasion) par l'information, l'image. C'est également la vision de R. Debray:

« L'État indiciel devance nos désirs, nous l'applaudissons parce qu'il nous applaudit. C'est nous<sup>30</sup> qui, préférant le choc des photos au poids des mots, demandons aux témoignages d'État d'être aussi "vrais" aussi "brûlants", aussi "choquants" qu'un photo-reportage» (Debray, 1993b:35).

Nous en oublions les discours, les débats: seule la prestance visuelle compte.\* L'image, dans la communication politique l'emporte sur le verbe, sur les idées» (Le Monde diplomatique, 1989:article d'Ignacio Ramonet). Donc, la communication politique évacue les idées, simplifie le message et finalement nous mène à un imaginaire déconnecté du réel.

Elle facilite l'intimité, détruit les barrières. Il se trouve en fait que l'image télévisuelle est le meilleur moyen de faire croire à la spontanéité, à l'authenticité. Et bien que nous sachions que l'honnêteté ne va pas de pair avec la politique, nous voulons afin de nous assurer de la vérité, et de la possibilité de gérer notre avenir, toujours plus de direct. Les campagnes électorales se font davantage à la télévision que n'importe où ailleurs. L'homme politique doit soigner son image, car nous les dévorons. Nous sommes dans une société iconoclaste: l'éphémère fait partie de notre culture.

«Nous sommes des iconoclastes. Non de ceux qui détruisent les images, mais de ceux qui fabriquent une profusion d'images où il n'y a rien à voir (...), des images sans traces ni conséquences» (Baudrillard in Lamoureux, 1991:298).

---

<sup>30</sup> non souligné dans le texte original

Baudrillard condamne ce monde d'images, des images qui n'ont plus de sens car trop nombreuses, des images qui créent une nouvelle réalité. Car tout comme trop d'information nuit à notre société de communication, trop d'images tue notre imaginaire. Nous asphyxions littéralement sous le poids, non plus des mots mais bien du visuel. Face aux mots il y a, en effet, toujours possibilité de dialogue. Mais face aux images, quelles sont nos chances? La télévision entre directement au coeur de notre vie privée. Tout semble nous appartenir: l'écart privé/public se réduit par cette culture de l'image, culture du sentiment. Et l'on se demande toujours «Quel coup fumant pourra encore toucher nos yeux et nos oreilles blasés?» (Debray, 1993b:49).

La politique aujourd'hui ne peut survivre sans la télévision, sans ce puissant support médiatique. Cependant à vouloir tout désacraliser, car c'est bien de cela qu'il s'agit, ne perd-t-on pas l'essence même de l'espace public?

Nous sommes submergés par les images, et comme Baudrillard le dit, nous en voulons toujours plus. Le petit écran fait partie intégrale de notre vie, et il ne fait aucun doute que nous passons davantage de temps confrontés à l'image télévisuelle que devant le journal écrit.

Dorénavant, tout événement, pour qu'il soit considéré, doit nécessairement passer par la communication médiatisée. Il s'agit là de la morale sentimentalo-médiatique de Lipovestky (1992:143) qui, au fond, remet en cause le discours libéral et constructiviste moderne (ainsi que la théorie de l'auto-créativité de Zsuzsa Hegedus<sup>31</sup>). En effet, la théorie de l'auto-créativité exclut totalement la manipulation. Il n'y a pas de place pour un pouvoir qui viendrait du haut et s'imposerait d'une façon ou d'une autre.

---

<sup>31</sup> Cf. Hegedus op cit.

Ainsi Gilles Lipovestky perçoit nos sociétés modernes comme le lieu d'expansion de l'individualisme à cause de cette culture du spontané. La spectacularisation de la politique en devient sa déchéance burlesque<sup>32</sup>. Nous en serions arrivés à un nihilisme généralisé, à une banalisation, à un désintérêt général. L'"homo psychologicus" succède à l'"homo economicus". Seule donc la sphère privée est victorieuse de cette époque. Sphère privée que selon lui, nous pourrions rebaptiser sphère de l'intimité (Cf. Lipovetsky in Le Débat, 1980).

Il est vrai que nous sommes dans l'ère du visuel et même si l'on ne veut pas croire à la manipulation à outrance<sup>33</sup>, l'image crée une nouvelle vérité. L'apparence physique de nos politiciens est refaçonée, ils ont compris l'importance de leur image et rentrent dans le jeu de la simulation qui suppose un "se faire croire" et un "faire croire"<sup>34</sup>. Ne serait-ce pas là l'ère des simulacres dont parle Jean Baudrillard?

Nous oublions, en effet, qu'à l'origine, la télévision fut prise telle une scène, un moyen d'être. Mais l'enjeu devint autre lorsqu'un glissement s'opéra, celui de l'obligation de coexister avec l'image. L'homme politique devint contraint de s'expliquer devant les médias, s'expliquer constamment pour exister, tout simplement. Sous l'influence de la vedettisation du politicien, la représentation de la vie politique s'est modifiée et la transcendance qu'il incarnait, a disparu.

---

<sup>32</sup> Voir à ce propos Lipovestky, L'ère du vide, 1993

<sup>33</sup> Parler de manipulation éventuelle sera l'objet de notre dernier chapitre.

<sup>34</sup> Idée empruntée à P.M. Lemaire, «l'arbre des simulations» est intéressant pour comprendre toutes les nuances de la volonté de "faire croire". (Lemaire, 1989:27)

«L'image fascine et on s'y cramponne. C'est ce qui tient lieu de vérité»  
(Fumaroli in Le Débat n.74, 1993:5).

Ces images soi disant pures, transparentes, sans artifice, sans ruse, devraient nous amener vers une plus grande démocratisation. C'est l'hypothèse de Missika et Wolton.

En effet ressentir le pouvoir ou la communication politique comme manipulation manque de constructivisme. Il existe toujours un pouvoir latent, comme le dit Foucault: «Qui dit "pouvoir" dit "résistance" au pouvoir» (Foucault in Masnata, 1990:34). Donc, sans croire à l'apogée démocratique, nous pouvons cependant noter que le téléspectateur averti est capable d'un certain contrôle de l'information et possède une certaine liberté (du moins c'est ce qu'il croit), dans la gestion de ses connaissances transmises par les images. Certes, nous ne pouvons nier que nous serions toujours sensibles aux vertus du spectacle, à la culture de l'image, mais cela n'impliquerait pas nécessairement que nous soyons manipulés. **Néanmoins**, aujourd'hui, l'image à l'âge démocratique se modifie, il ne s'agit ni de manipulation ni de liberté, mais de séduire: **nouvelle forme de tyrannie.**<sup>35</sup>

Si comme le croient Missika et Wolton, l'apogée démocratique se réalise avec cette société de l'image, nous pouvons, légitimement, nous demander pourquoi un tel acharnement à vouloir séduire?

---

<sup>35</sup> Une forme de tyrannie encore inédite, qui finalement n'est autre, qu'une nouvelle façon d'empoisonner nos consciences, mais un empoisonnement doux, presque imperceptible mais au combien vivant.

• La séduction du pouvoir:

Séduire pour masquer le pouvoir de manipulation, séduire avec douceur pour réenchanter le citoyen, séduire le peuple grâce à des fêtes populaires, un "look cool", opposé à l'État manipulateur du "Big Brother", tel est ce nouveau pouvoir!

Tout voir, tout savoir, tout connaître, même s'il est vrai que nous soyons avides de connaître la vie privée des hommes politiques, ceux-ci se prêtent aisément à ce jeu. Ils ont le désir de nous séduire. Ainsi s'efface la frontière public/privé. La personnalisation, au fond, devient Séduction. «La graphosphère a engendré l'État Éducateur, la vidéosphère, l'État séducteur» (Debray, 1993b:64).

Nous ne votons plus pour la crédibilité d'un discours mais pour l'intégrité de l'homme. Et voilà que de nouveau nous entrons dans sa vie privée:

«L'interview du Président pose une fesse désinvolte sur le coin de son bureau. Entre branchés, on se tutoie presque. Quant au ministre, le voilà dans sa cuisine. Il embrasse sa femme sur la bouche, joue avec son caniche, accueille sur le perron ses gamins au retour de l'école, pousse le soir la chansonnette et joue du saxo au milieu des copains» (Debray, 1993b:48).

Faut-il encore parler de lieu public? Notre volonté de tout connaître, de tout savoir sur l'authentique personnalité du politicien n'achève t-elle pas l'essence même de cet espace qui, rappelons-le, était le lieu de liberté et d'artifice.

La transparence a liquidé la transcendance. Il n'y a plus de Dieu, juste des hommes communs «Quand les Dieux sont morts, on finit plus prosaïquement par voter pour un politicien séduisant même si l'on n'aime pas son programme» (Sennett, 1979:213). D'où le fait que les politiciens soignent avant tout leur image. La politique, est en effet, bercée par l'exercice de la séduction. Il y a esthétisation de la politique. Mais le politicien n'est-il pas le premier des esclaves de cette machinerie communicationnelle?

Il ne vend plus son discours mais son image! Il ne vend plus sa capacité sur scène, mais sa capacité de se mettre en scène. Dans une émission télévisée, plus rien n'est laissé au hasard et l'homme politique n'a plus d'autre alternative que de se plier aux règles du spectacle, sous peine d'être effacé du jeu. Il faut dire que, souvent, le spectateur ne se doute pas de toute la préparation que suppose une émission télévisée. Le moindre geste, la couleur des vêtements, la disposition du décor, tout est analysé. Et nous tombons ainsi dans le spectacle de l'illusion. Sans que nous puissions exactement calculer l'importance de la communication non verbale, il est incontestable qu'elle a un grand impact sur notre vision des politiciens. Comme le mentionne E. Neveu, «Rien du décor n'est décoratif» (Neveu in Mots/les langages du politique, 1989:69).

Le pouvoir a souvent fait référence à la recherche du plaisir, de désir. Freud attribuait la recherche du pouvoir au besoin de sublimation. Le politicien est devenu homme d'attraction, d'où ce choix, durant les campagnes électorales, de se montrer en compagnie du peuple, d'embrasser les enfants... C'est dorénavant autour de cette image d'homme attrayant, que se construit le lien social.

La personnalisation du pouvoir ou l'époque de la vidéosphère n'a rien en soi de condamnable. L'enjeu est davantage, de savoir si l'espace public va survivre à travers cette surcharge d'information, ce déferlement d'images...

Percevoir l'investissement par l'image fut assez aisé lors de l'élection de François Mitterrand. Voter pour lui n'était pas forcément voter pour le parti socialiste. C'était davantage voter pour l'image d'un homme mûr, responsable. Le concept de "Tonton" n'a certainement pas été sans conséquences sur l'électorat.

Le citoyen s'efface donc pour laisser la place au téléspectateur. Celui-ci qui, gorgé d'images (faisant partie de la vidéosphère) votera non plus en tant que personne (citoyen) mais en tant qu'individu séduit et charmé, et faisant partie d'une réalité globale.

Bien sûr, le citoyen lucide existe encore et celui-ci peut se protéger contre cette spectacularisation de la politique. Mais la séduction est telle, que bon nombre peuvent tomber dans le piège de ce jeu. La politique est véritablement l'art de séduire, l'art de charmer. Le politicien se plie alors au style du peuple, dévoile sa vie intime pour attirer. La spontanéité est de rigueur, une certaine simplicité aussi. Descendre dans la rue pour fournir une image plus familière, plus authentique.

«La République, réalité fiduciaire comme toutes les choses du politique, y gagne en charme mais y perd en fiabilité: les stars vieillissent et meurent plus vite que les symboles impersonnels» (Debray, 1993b:38).

Ne serait-ce pas, là encore, une explication de la dépolitisation qui menace notre modernité?

Cette société des apparences, de l'éphémère, de l'instantané élève la transparence au niveau d'un mythe. L'hégémonie médiatique transforme la politique par l'enjeu de l'image.

Par cette culture tyrannique des images, c'est l'avenir de la politique qui est en jeu. Nous devenons friands d'indiscrétions, d'intimité, au point de perdre le seul lieu de discussion que nous ayons. Car grâce à ce fantasme collectif de l'immédiateté, la fiction l'emporte sur la réalité, immédiateté, c'est à dire, goût du spontané, du direct, de la transparence. Cela nous mène à un téléspectateur fasciné par l'individualité, par la psychologisation des relations, d'où cette culture de l'intimité. Phénomène d'autant plus préoccupant que, nous évoluons vers la société du "village global", où les nouvelles traversent, en un instant, la planète.

S'il est vrai, que nous pouvons avoir les moyens de faire des lectures sélectives des différents événements médiatiques, peu de téléspectateurs s'en donnent les moyens.

Dès lors, nous entrons dans une nouvelle sphère, celle de la globalité, celle où tout individu devient, à tout instant, non seulement informé mais au besoin consulté grâce aux sondages. La distance s'estompe et nous entrons dans l'espace fiction, dans un espace intimiste, narcissique; fin de la distance par manque d'autonomie de l'espace privé/public. Nous et notre écran ne faisant plus qu'un, nous perdons tout repère. Ainsi la volonté de transparence réduit la distance.

«La culture de l'image contribue à réduire l'écart entre le privé et le public(...), une émission est qualifiée d'efficace si elle "frappe", la distanciation est impossible, cette distanciation qui est le propre du processus intellectuel où raison-distance s'interpose entre l'émotion et l'objet appréhendé» (D.Bombardier in Charon, 1991:258).

De ce chapitre nous retiendrons donc, que notre réalité sociale s'est profondément modifiée, de par, entre autres, la personnalisation du pouvoir. Phénomène qui, bien qu'inhérent à la société de communication, a subi de grandes transformations, comme le besoin d'images, de vérité. L'excès de théâtralisation rend les hommes publics, non plus maîtres de leur art, mais soumis aux volontés de la réalité cathodique.

Le politicien perd du terrain et se retrouve une vedette parmi d'autres, qui essaie grâce à une bonne image et, en particulier, la séduction de parvenir au pouvoir. Véritable culte de l'image, véritable vénération qui, comme nous l'avons vu, crée une nouvelle réalité et alimente le discrédit politique. Ainsi le message a disparu pour céder sa place à l'image, ce qui évidemment favorise la dépolitisation.

Avec l'image s'est développé le goût du direct, de la transparence et cette volonté de faire croire à une réalité plus démocratique, car justement plus visible, plus appréhendable.

Mais là, se crée alors le problème de la distance. Sans recul, sans autonomie des différents espaces, est-il encore possible de posséder un esprit critique? L'État spectacle ne désapprend-il pas la méfiance? Ne pousse t-il pas Narcisse de plus en plus près de son reflet?

## ACTE III

NOUVEL ESPACE PUBLIC

Nous voici ici, au coeur de notre problématique. Non seulement nous allons nous poser la question de la réalité de ce nouvel espace public, mais notre but sera de montrer si oui ou non la tyrannie de l'image nuit à notre Démocratie. Cette dernière, est-elle réellement en danger? Le malaise de la Démocratie est-il lié à cette dépolitisation, à cette ingérence de la vie privée dans l'espace public? Ou au contraire, cette spectacularisation est-elle le moyen d'élargir la participation des citoyens?

Autant de questions auxquelles nous allons répondre et sur lesquelles nombres d'auteurs se sont penchés, car la politique s'est modifiée depuis le siècle des lumières, et continue à évoluer. Parce qu'elle est centrale, parce qu'elle est le lieu de résolution de certains problèmes sociaux, nous devons essayer d'éclaircir son avenir.

«Le politique met en oeuvre l'imaginaire, les images et la dramatisation. Il s'agit de considérer aujourd'hui les effets de la communication et de la médiation, les effets de la culture du regard» (Balandier in Les cahiers internationaux de sociologie, 1993:9)<sup>36</sup>.

---

<sup>36</sup> Balandier, «La politique à l'épreuve des images» in Cahiers internationaux de Sociologie, Vol XCIV, Janvier-juin 1993.

**Scène 1:****LA DISTANCE**

Par la transfiguration<sup>37</sup> du politique, un nouvel ordre social se dessine. Le spectateur, même s'il ne veut être passif, ne peut pas interagir directement avec l'homme politique. Le théâtre est partout, il n'y a plus de distance entre scène et acteurs. Nous sommes tous à la fois acteurs et spectateurs, ou plus exactement, comme le mentionne Baudrillard, «nous sommes des voyeurs sans illusion» (Baudrillard, 1983:71). Peut-on affirmer, comme il le fait, que le social a disparu?

«Tous les systèmes actuels fonctionnent sur cette entité nébuleuse, sur cette substance flottante dont l'existence n'est plus sociale, mais statistique, et dont le seul mode d'apparition est celui du sondage. Simulation à l'horizon du social, ou plutôt à l'horizon de laquelle déjà le social a disparu» (Baudrillard, 1982:25).

Les masses existent toujours, mais de façon différente. On les sonde, on les fait parler à travers des sondages, à tout prix. N'a t-on pas déjà le résultat des élections présidentielles? Les sondages n'ont-ils pas déjà tout dit, tout inventé? Aujourd'hui, la politique ne peut se passer d'eux, ils sont un instrument d'action qui gère les comportements. Ainsi, s'il y eut un tournant dans la campagne présidentielle d'Edouard Balladur ce ne fut qu'en regard de sa baisse de popularité dans les sondages. Bien sûr, ceux-ci peuvent représenter un principe démocratique de légitimité politique puisque au fond, il s'agit de faire connaître l'opinion des citoyens. Toutefois, cela s'opère souvent au détriment de l'information critique, celle qui nous permet de faire la différence entre la réalité factice et celle des faits. De plus, la question est de savoir à qui profite ces sondages. Reflètent-ils réellement l'opinion publique ou la façonnent-ils? Peut-on même parler d'opinion, alors que les sondages sont

---

<sup>37</sup> Transfiguration au sens de modification ou du nouveau visage de la politique. (Terme emprunté à M. Maffesoli)

des réponses à des questions toutes faites où l'on doit répondre par oui ou non, ne laissant ainsi aucune place à la créativité, à l'argumentation? Ils sont donc un moyen instrumental en opposition avec l'originalité de l'espace public de la Grèce antique et menace la démocratie argumentative d'Habermas.

En effet, on veut connaître l'opinion de cette masse silencieuse «mais ce silence est paradoxal. Ce n'est pas un silence qui ne parle pas, c'est un silence qui interdit qu'il soit parlé en son nom» (ibid:26). Par là, il ne peut y avoir aliénation de ces spectateurs par les médias, «les masses (...) retirées dans leur silence, elles ne sont plus sujet(...)n'étant plus sujet, elles ne peuvent plus être aliénées» (ibid:27).

Qu'il y ait ou non manipulation, il est certain que la communication à travers les médias est différente de la Communication. La majorité silencieuse n'est peut-être pas aliénée mais l'opinion publique (le citoyen) ne peut plus intervenir directement. Cette communication politique agit en circuit fermé, notre modernité semble ne plus voir de différence entre récepteur et message. D'où ce rapprochement inéluctable entre privé et public. La distanciation entre le spectateur et l'intimité n'est plus possible. La communication investit chaque jour davantage notre vie privée.

Un manque de distance, un trop plein d'images font penser à certains auteurs que nous sommes entrés dans un monde où l'on ne regarde plus l'image<sup>38</sup>. Celle-ci doit devenir plus réelle que l'émetteur lui-même, d'où toute cette mise en scène de séduction des hommes publics qui tend à vouloir nous faire oublier l'artifice de l'image et détruire ainsi la distance. La transparence, l'immédiateté sont par définition contre la distance. Nous sommes dès lors plongés au coeur du mythe de Narcisse. La simulation, voire même l'imposture devient notre réalité.

---

<sup>38</sup> Cf. Le Monde diplomatique, 1989:72. Article de Christian Zimmer op.cit.

C'est le simulacre de Baudrillard:

«Il y a ainsi "dissolution de la T.V dans la vie" autant que "dissolution de la vie dans la T.V" en "une solution chimique indiscernable". Du coup on ne peut distinguer "la cause de l'effet" le "sujet de l'objet", la "fin des moyens" (...)» (Baudrillard, 1992:54).

Faut-il encore une preuve de la dissolution de l'espace privé et l'espace public? La frontière devient invisible et dans ce chaos généralisé l'espace public perd du terrain.

Sans image télévisée, nous sommes détachés du monde. Notre seule réalité est l'image télévisée qui tient lieu de vérité. Nous sommes devenus plus sensibles et plus concernés par la réalité cathodique que par celle qui se passe sous nos yeux dans notre vie quotidienne «les médias donnent la capacité de politiser toute activité» (Balandier, 1980:162).

Ainsi le phénomène des "sans-abris" en 1994 (en France); l'abbé Pierre a su, grâce aux médias, conscientiser les foules et les politiciens ont dû ainsi se charger du dossier. Ou encore les inondations de l'hiver 1995, où l'on assiste à la présence de Politicien, sur le terrain, afin de soigner leur image.

«Tout semble se passer dans l'instantanéité d'une communication transparente. Face à face sans écran, sans obstacle et sans témoin» (Fresnault-Deruelle, 1993:27).

La spontanéité, le reflet de la réalité, c'est bien à cela que l'image veut nous faire croire.

«Le charisme sécularisé est rationnel: c'est une façon rationnelle de penser à la politique dans une culture régie par la croyance dans l'immédiat, dans l'immanent et l'empirique, culture qui rejette comme douteuse, mystique ou surannée toute croyance se rapportant à ce qu'on ne peut ni sentir ni éprouver directement» (Sennett, 1979:214).

Mais la distance créée par la télévision amorce également un nouveau phénomène. Paradoxe dans un sens puisque nous parlions tout à l'heure de mondialisation. En effet, il y a globalité dans le sens où, dans un temps record nous pouvons connaître les événements de la terre entière mais d'un autre côté, protégé par l'écran, une distance se crée entre ce que nous voyons et notre quotidienneté.

«En quoi la distance crée t-elle une situation nouvelle?[...] Un des effets de la distance est certainement, en accroissant la longueur des chaînes causales, de rendre la responsabilité morale par omission plus incertaine encore et donc plus difficile à établir»  
(Boltanski, 1993:33).

Boltanski s'interroge sur le nouveau lien social qui apparaît avec cette distance. Face à ce déferlement de misère, de souffrance, il semble que nous n'ayons d'autre choix que celui d'agir. Pourtant sommes-nous plus solidaires depuis que nous pouvons voir toutes ces images? A chaque instant nous pouvons être les protagonistes de notre histoire.

«Nous souffrons à la fois de sous-information et de sur-information, de manques et d'excès. Il est étonnant que l'on puisse déplorer une surabondance d'informations. Et pourtant l'excès étouffe l'information quand nous sommes soumis au déferlement ininterrompu d'événements sur lesquels on ne peut méditer parce qu'ils sont aussitôt chassés par d'autres événements»  
(Morin, 1981:260).

Ne risque t-on pas de tomber dans la banalisation avec ces images de terreur, de guerre? La distance n'atténue t-elle pas l'imagination? N'y a t-il pas saturation par les images, saturation qui correspond à cette dépolitisation, au désintérêt de la politique? Elle est une telle mise en scène, que l'espace public, en se pliant au jeu de la communication politique, se sature et se détruit peu à peu. Certains voient ainsi la culture en danger:

«Cette surabondance médiatique pourrait provoquer chez certains une véritable crise d'identité. C'est ce que prévoyait Mac Luhan dans ses prévisions à l'horizon 1990, écrites il y a près de vingt ans: " Dans un monde d'immédiatetés électroniques, où tout le monde commence à englober tout les autres, beaucoup de gens ont tendance à sentir qu'ils ont perdu d'un seul coup leur identité, leur intimité. Au lieu de se sentir enrichis, ils se sentent frustrés"»  
(Mermet, 1987:232).

Désenchantement du monde, car indifférence croissante et à juste titre nous pouvons nous poser cette question: «Ne craignez-vous pas que ces stratégies de l'image alimentent à terme, le scepticisme et l'indifférence?» (Boltanski, 1993:260).

C'est ce que je crois, et justement la représentativité politique qui entraîne un désintérêt croissant en est un bon exemple. L'avis de M. Maffesoli est à ce sujet pertinent. Il pense en effet que le lien social, le sentiment collectif sont renforcés par cette communication.<sup>39</sup> Pour lui, la communication est le moyen de relier les individus entre eux. Les images, quant à elles, ne banalisent en rien notre réalité mais au contraire renforcent le sentiment collectif, «il s'agit là, sans que cela soit bien conscient, d'une manière de renforcer la communication morale» (Maffesoli, 1992:163). Toutefois, il perçoit très clairement la réalité contemporaine transfigurée par les images, ce qui en soi est positif sauf pour la politique:

«[...] Le virus de l'image[...]risque, par contre, de détruire en sa totalité le corps politique par la dérision, l'indifférence, l'ironie distanciatrice, ce qui semble bien être le cas de nos jours» (Maffesoli, *ibid*:191).

Notre réalité sociale ne semble plus faire de différence entre le récepteur et le l'émetteur. La distance nous déculpabilise:

«Tandis que les médias éveillent épisodiquement les coeurs, ils déculpabilisent les consciences et travaillent peut-être souterrainement à détourner les individus des obligations permanentes d'entraide et de bienfaisance» (Boltanski, *ibid*:263).

Il faut donc se protéger contre les effets néfastes de cette distance. Bien sûr, les deux courants s'affrontent, l'un crie à la manipulation, l'autre pense à un moyen démocratique.

---

<sup>39</sup> Cf. Maffesoli, La transfiguration du politique, 1992. En effet, il croit que le sentiment est le vrai lien social.

Il est donc difficile de prendre parti et là n'est pas vraiment notre but, même si notre opinion est faite à ce sujet. Ce qui est indéniable, toutefois, est le nouvel imaginaire créé, le nouvel ordre social que génère la distance à travers les images.

Il convient donc de savoir où s'arrêter dans la création de l'artifice, dans le spontanée et la volonté du direct, où s'arrêter dans le spectaculaire. L'espace politique doit être maintenu car il est lieu de résolution des conflits. Il est donc nécessaire de se pencher sur le phénomène de la distance, car ce qui est ici en jeu est l'avenir politique de nos sociétés, l'avenir de la démocratie.

### Scène 2:

## **MÉDIACRATIE-DÉMOCRATURE: VERS QUELLE CULTURE?**

Vers quelle culture?... Cette question me fait penser avant toute chose au danger d'une culture créée par le marketing, une culture qui reposerait sur une victoire de la technique et de l'économique au détriment de notre identité socio-historique.

«Pour liquider les peuples, disait Hübl, on commence par leur enlever la mémoire. On détruit leurs livres, leur culture, leur histoire. Et quelqu'un d'autre leur écrit d'autres livres, leur donne une autre culture et leur invente une autre Histoire. Ensuite, le peuple commence lentement à oublier ce qu'il est et ce qu'il était. Le monde autour de lui l'oublie encore plus vite» (Kundera, 1978:244).

Comme nous l'avons vu jusqu'à présent, ce n'est pas un sujet nouveau mais d'actualité, lorsque l'on voit la prolifération d'ouvrages. Ainsi le dernier qui a particulièrement retenu notre attention est L'État séducteur de Régis Debray. Pour lui, en effet, la vidéosphère modifie considérablement notre imaginaire par la personnalisation du pouvoir, par la séduction, bien sûr! Sans attribuer totalement la responsabilité aux médias, car il remarque à juste titre, comme d'ailleurs Baudrillard, que le citoyen

devenu spectateur est assoiffé d'images, d'événements privés, il propose une certaine méfiance, et tient à dénoncer les modalités du spectacle qui mettent en danger l'espace public.

La télévision a totalement imprégné nos vies, nous ne pouvons envisager de vivre sans ce bruit de fond, qui indéfiniment nous projette des images, nous donne l'information dont nous sommes friands.

La réalité est façonnée, recrée pour faire croire, faire croire aux spectateurs que tout est réel même si ce n'est qu'un tissu de mensonge. Nous oublions que d'innombrables événements ne sont pas montrés, pas analysés, pas imagés parce qu'ils ne seraient pas appropriés pour conserver le très large public conquis. Alors la réalité devient une fantasmagorie médiatique.

Grâce à ce merveilleux tissu d'informations, trié, filtré avant de passer sur le petit écran, la transparence souhaitée apparaît et laisse croire à un monde parfaitement démocratique. D'ailleurs, les sondages le prouvent, nous sommes en permanence au coeur de l'action. Il n'y a plus de débat mais une consultation perpétuelle qui rend factice la frontière entre espace privé et espace public.

«Or, aujourd'hui, nous sommes envahis d'images gloutonnes qui prétendent rendre compte du monde à elles seules, sans écho ni reflet dans des textes ou des oeuvres d'un autre ordre qui pourraient leur apporter une confirmation réflexive. Ces images à 2 dimensions, purement mimétiques et mécaniques, nous appauvrissent et nous ne sommes pas faits pour respirer, ni pour voir dans ce monde appauvri d'arrière regard» (Debray in Le Débat n. 74, 1993a: 18).

Une nouvelle dialectique, un nouveau symbolique de l'apparence surgit. Nous n'avons plus en fait, de par la distance, et la simulation, accès direct aux choses, d'où l'idée de simulacre de Baudrillard.

La télévision pourrait être le lieu de débat, seulement comme nous ne pouvons intervenir directement sur elle, elle n'est pas ce miroir de transparence auquel elle nous laisse croire. Quel pouvoir a le citoyen dans ce jeu du spectaculaire et du sensationnalisme?

Certes, il faut rompre avec l'idée du pouvoir sans limites de la télévision face à un spectateur passif comme nous le suggère M. Maffesoli:

«IL faut rompre avec cette vision mécanique qui ne voit dans la télévision ou le cinéma qu'une influence univoque: celle qui irait d'un "gros chaudron" actif, producteur d'idéologie, vers un passif consommateur...» (Maffesoli, 1990:276).

Et comme le fait Katz, nous devons toujours garder à l'esprit que si les médias influencent, les spectateurs eux aussi peuvent produire certains effets sur les médias. Si les médias possèdent leur pouvoir, les spectateurs aussi en ont un. Ils sont à la fois passifs comme la majorité silencieuse de Baudrillard mais aussi actifs. On ne peut leur faire un lavage de cerveau, c'est du moins la pensée de Baudrillard<sup>40</sup>. Nous croyons donc à la possibilité de contrecarrer la manipulation médiatique, mais pour ce faire nous devons toujours garder un esprit critique qui ne peut résister que si les deux différents espaces ont leur propre autonomie. Gardons- nous ainsi la possibilité d'un certain recul pour ne jamais tomber dans la société d'Orwell.<sup>41</sup>

«Les standards de la production sont prétendument basés sur les besoins des consommateurs: ainsi s'expliquerait la facilité avec laquelle on les accepte. Et en effet, le cercle de la manipulation et des besoins qui en résultent resserre de plus en plus les mailles du systèmes(...)» (Mattelart, 1992:230).

Toutefois, comme nous pouvons le voir avec cette citation, défier les médias, repérer les manipulations n'est pas chose facile. Parce que les médias font partie de notre quotidien et qu'ils jouent un rôle prépondérant dans notre réalité sociale, il est et sera de plus en plus difficile d'échapper à leurs images séductrices. Il est vrai que le pouvoir de la télévision n'est pas toujours perceptible, mais comment peut-on encore penser comme Missika et Wolton que la télévision n'a rien de contraignant:

---

<sup>40</sup>Cf. Citation Chap I (Baudrillard, 1982:49)

<sup>41</sup>Cf. l'ouvrage 1984 de G. Orwell.

«Quant à la télévision, ensemble des images télévisées qui pénètre dans l'espace le plus privé, le domicile, elle fonctionne comme un lien social non contraignant, c'est à dire un lien social que l'on peut couper à sa guise» (Missika et Wolton, 1983:825).

Missika et Wolton prônent la non-manipulation. Ce sont en effet les Auteurs de l'autre courant, à savoir celui de l'enrichissement de la démocratie grâce à l'investissement de notre imaginaire par l'image. Ils iront jusqu'à dire que:

«Autrement dit, la télévision et les autres médias de masse rendent l'espace public plus autonome à l'égard de la décision politique. Celui-ci devient un véritable espace de la communication politique et donne à l'opinion publique un rôle d'acteur à part entière dans le jeu politique. Il réalise ainsi le projet des Lumières bien plus qu'il ne le détruit» (Missika et Wolton, 1983:308).

Bien sûr il reste toujours l'alternative d'éteindre mais c'est bien notre seul recours. De plus les spectateurs ont confiance dans la réalité visuelle de la télévision, la masse n'a pas pour habitude de douter des images. Prenons la guerre du Golfe, bien sur plusieurs auteurs se sont penchés sur les mensonges et les ont dénoncés, mais combien d'entre nous lirons et comprendrons les nouveaux reportages. En effet, l'image a pour elle en effet de n'exclure personne, elle se comprend dès le premier coup d'oeil. En elle-même donc, elle est démocratique au sens de transparence mais faudrait-il encore qu'elle ne soit pas fabriquée.

Un autre argument est également avancé, celui de la multiplicité de lectures des médias. Comment pourrait-il y avoir manipulation alors que l'on sait que les images véhiculées par la télévision peuvent avoir autant d'interprétations que de spectateurs? Il se peut également que grâce à la grande diversité de sources d'informations, le récepteur soit à même de sélectionner l'information la plus pertinente... sauf si bien sûr il n'y a plus aucune distance entre privé et public.

«L'information n'a jamais été aussi développée. Le narcissisme abolit le tragique et apparaît comme une forme inédite d'apathie faite de sensibilisation épidermique au monde et simultanément d'indifférence profonde à son égard» (Lipovetsky in Le Débat n.5, 1980:114).

Où se situe-t-on dans cet univers, dans cette boulimie d'images, de direct? Notre sensibilité serait-elle tellement sollicitée que nous devons tomber dans une sorte de banalisation, d'indifférence?

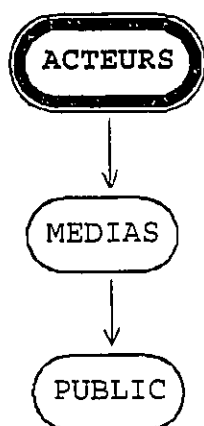
La manipulation est aisée, mais nous croyons à la possibilité d'y faire face, grâce à la discussion, à la critique argumentative. Cependant pour cela, le téléspectateur ne doit pas se complaire dans ces images de séduction. Nous croyons encore à la mobilisation des consciences, seulement il ne nous faut pas oublier non plus, que les intérêts économiques et les intérêts de la démocratie ne sont pas les mêmes, et sont peut-être, au contraire, tout à fait opposés.

La banalisation de la politique nous a-t-elle menés vers une désillusion? Il est probable que la masse a le pouvoir qu'elle veut bien s'octroyer mais faut-il encore s'en donner les moyens. Cela est peut-être difficile si l'on suit le schéma de Gérard Mermet. Pour lui, en effet, nous serions dans un état de Démocrature, c'est à dire qu'une douce dictature de la part des médias est en train de se mettre en place.

## LA SOCIETE DU TROISIEME TYPE

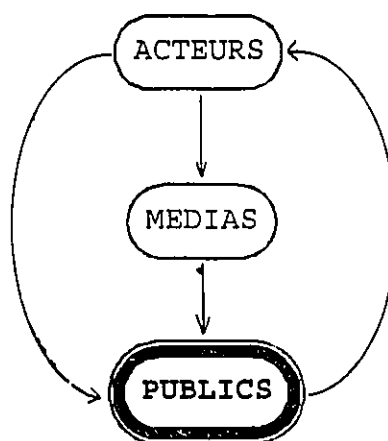
### DICTATURE

Prépondérance des Acteurs



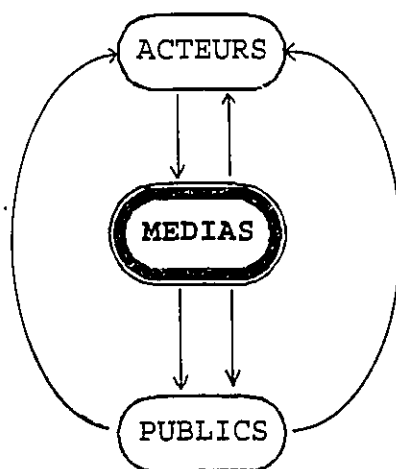
### DEMOCRATIE

Prépondérance du Public



### DEMOCRATURE

Prépondérance des Médias



S'il est vrai que nous sommes face à un nouvel ordre social, nous devons nous poser la question de savoir si nous avons vraiment dépassé l'État démocratique. Certes, les relations changent, certes les médias ont une place de plus en plus grande, mais peut-on réellement parler de Démocrature? G. Mermet n'a-t-il pas oublié que le public a un pouvoir? Si minime qu'il soit, il existe.

Nous savons que la mise en scène a toujours existé en politique. Comme le mentionne Lipovetsky, «le spectaculaire n'abolit pas la formation de l'opinion critique» (Lipovetsky, 1991:260). Ce n'est donc pas cela en soi que l'on combat, mais le danger de sombrer dans une «médiocratie» dû au manque de distance. Scharzzenberg dénonce la manipulation aussi, tout comme G. Mermet, alors que d'autres pourtant comme Eliséo Véron, Missika et Wolton, voient dans cette théâtralité l'apogée de la politique:

«Pour Eliséo Véron enfin, la politique télévisuelle achève l'essence de la démocratie dans la mesure où elle permet à chacun d'être confronté presque simultanément à des déclarations contradictoires prétendant toutes à la vérité et à la sincérité. Les spectateurs se trouvent ainsi conduits à prendre recul et distance» (Bonnafous in Mots, 1989: préface).

ou encore:

«Si la télévision a l'avantage de pouvoir montrer, elle a l'inconvénient de faire croire qu'il y a un lien entre la compréhension et l'action. Si elle brise les distances géographiques, elle ne brise pas pour autant les distances politiques, culturelles, ethniques, même pour ce qu'elle "sur-montre", il reste une distance infranchissable» (Missika et Wolton, 1983:294).

Que de confusion donc avec les pensées de Lipovetsky, de Richard Sennett, ou encore de Régis Debray! Lipovetsky voit même des conséquences très graves à cette dépolitisation, à cet excès de vide.

Il pense en effet que nous sommes arrivés à un point d'absence totale de réaction, de contestation<sup>42</sup>. Nous croyons fermement que le pouvoir de l'argent, le besoin de puissance qui régit les médias, ajoute au discrédit politique. Non seulement la politique s'est modifiée (il faut dorénavant parler de communication politique) mais elle est maintenant menée en fonction des intérêts du marché et a ainsi perdu toute autonomie de gestion.

Les événements sont créés, la réalité façonnée. Grâce donc à des procédés tels la personnalisation du pouvoir, le culte de l'image, la séduction, le citoyen se prend à son propre jeu, puisque au nom d'une société plus démocratique il réclamait du visuel (croyant à la transparence), il a obtenu des images, du spectacle. Il a gagné en quantité d'information, non pas en qualité, toute notre thèse nous le démontre.

Loin donc de l'idéal de transparence tant souhaité, nous sommes tombés dans une société où la spectacularisation s'est généralisée et a anéanti notre sens critique.

Et s'il y a encore un doute sur le fait que la télévision n'est pas l'objet le plus démocratique, une dernière interrogation se pose: pourquoi tant d'acharnement à créer l'illusion dans les émissions politiques, pourquoi tant d'artifice, de conseillers de communication autour des politiciens, si ce n'est pour dissimuler?

L'enjeu des élections est davantage la guerre des conseillers en communication que l'affrontement des politiciens.

«La guerre des médiateurs (avec leurs campagnes, leurs stratégies, leurs offensives, leurs cibles et leurs bombardements d'images) l'emporte en intérêt sur le débat piteux des candidats. Et l'on finit par oublier que c'est la démocratie qui se trouve ainsi humiliée» (Ignacio Ramonet in La communication victime des marchands, 1989:29).

---

<sup>42</sup> Cf. Lipovetsky in Le débat n.5, 1980.

L'étymologie du mot écran est assez révélatrice sur ce sujet: un écran à l'origine est un objet qui dissimule ou qui protège. Donc dans un sens, la question de la manipulation est légitime.

Le côté marketing est également à prendre en compte. Nous sommes dans un monde gouverné par l'argent, le profit, le goût du pouvoir. Pourquoi agissons-nous, sinon pour avoir du pouvoir? Tout est une question de luttes et la manipulation idéologique, si bien décrite dans le Prince de Machiavel, est toujours à l'heure du jour. Il n'existe aucune moralité dans le pouvoir. Pour Machiavel la manipulation était inhérente à la politique: sans manipulation, sans artifice, il était impossible de combattre le statu quo. Cette volonté de transparence n'est alors qu'un leurre. Plus d'images ne rendra pas les hommes publics plus authentiques<sup>43</sup>, au contraire.

La masse, donc, aussi silencieuse soit-elle peut gérer son avenir, si et seulement si elle possède une certaine méfiance et garde toujours un esprit critique à l'égard de cette réalité.

«Une singulière remarque de Montesquieu résume bien le propos: le peuple a toujours trop d'action ou trop peu. Quelque fois avec cent mille bras il renverse tout, quelque fois avec cent mille pieds il ne va que comme les insectes» (Maffesoli, 1988:70).

Comment faire toutefois pour avoir ce recul, alors qu'il n'existe plus de frontière entre privé et public? Comment faire «dans une société où 75% des enfants de sept à treize ans passent environ 1000 heures devant la télévision chaque année et seulement 800 en classe, et où plus d'un français sur quatre ne lit pas un seul livre par an»<sup>44</sup>.

---

<sup>43</sup> Il nous semble, en effet, que c'est le nouvel objectif de cet état démocratique; l'authenticité, la transparence sont à leur apogée et les revendications se feront moindres.

<sup>44</sup> Cf. L'article de Ignacio Ramonet in La communication victime des marchands, (Le Monde diplomatique, 1989:217)

Il se peut que l'enjeu soit ailleurs que de définir *hic et nunc* s'il y a ou non manipulation. Pourtant un constat est à rappeler: la délégitimité croissante de la politique et l'accroissement de la communication politique liée au marketing se sont produits en même temps.

Plus que condamner une réalité, il me semble que ces auteurs (ceux dénonçant l'illusion démocratique) ont voulu soulever le problème et l'éclairer. Ainsi Baudrillard par exemple incite au mouvement:

« C'est là qu'est le véritable enjeu aujourd'hui, dans cet affrontement sourd, inéluctable, des majorités silencieuses, au social qu'on leur impose dans cette hypersimulation redoublant la simulation et l'exterminant selon sa propre logique» (Baudrillard, 1989:52).

Il faut en effet que le spectacle se méfie de cette attitude à appeler aux sentiments (comme Boltanski nous l'a bien montré dans son ouvrage, la souffrance à distance), qu'il essaie de maintenir une limite, un équilibre entre privé/public:

«Car rien ne se transforme mieux en indifférence que l'horreur. Le spectacle télévisuel quotidien de la guerre du Vietnam, avec bombardements, lance-flammes, cadavres, mères gémissant sur leur enfant mort, se banalise, devient spectacle... L'excès d'horreur ne peut se supporter: on ne peut que le refouler, l'oublier. L'excès d'horreur se dégrade et se décompose. L'horreur milite pour l'indifférence et l'accroissement d'indifférence laisse champ libre à l'horreur dans un circuit fatal où s'entretiennent l'une l'autre» (Morin, 1981:85).

Sans la distanciation qu'il y a entre les deux éléments, il n'est plus possible de réagir contre la manipulation, il n'y a plus ni réflexion ni d'interrogation sur la communication politique. Nous serions comme aveuglés par le trop plein d'informations, d'images. Les masses pour réagir doivent d'abord connaître l'existence de leur pouvoir et comme le mentionne Balandier:

«Il faut trouver les nouvelles thérapies capables de tirer les hommes des fascinations qui les soumettent, leur réapprendre à gouverner les images et à ne pas supporter qu'elles servent à la capture de leur liberté» (Balandier, 1980:188).

Notre but n'est pas de dénoncer et rejeter cette spectacularisation, cette personnalisation mais plutôt d'apporter des nuances. Il nous faut essayer de trouver le juste milieu entre le jeu et la réalité, «dans un système où l'importance d'une information est fonction de ses qualités spectaculaires l'écart se creuse entre le monde tel qu'il est et le monde présenté au grand public» (Claude Julien in La communication victime des marchands, 1989:159).

Notre imagination se trouve appauvrie par ce nouvel ordre social. Seul l'écran tient lieu de réalité, lieu de vérité.

Il faut rompre également avec l'idée de transparence comme nécessité démocratique. La transparence n'est qu'un leurre, surtout quand il s'agit de transparence privée qui ne devrait pas interférer dans l'espace public. La "Polis" et "l'Oïka" (ville, foyer familial) appartiennent à deux entités différentes. Sommes-nous en effet plus proche des politiciens parce que l'on nous fabrique des images de leur vie privée? N'y a-t-il pas ici confusion entre transparence publique et transparence privée?

Il y a eu simplification des messages, de la politique, création de nouvelles sphères d'intérêt pour conquérir la masse. Peut-on penser cela plus démocratique? Cette transparence a également incité à l'immédiateté. Sommes-nous une société plus humanitaire parce que nous connaissons en un temps record qu'il y a une famine à l'autre bout de la planète? Le fait que l'on nous permette de participer au don monétaire est-ce vraiment un signe démocratique ou une façon de tranquilliser notre bonne conscience bourgeoise?

«Culturel et humanitaire tendent l'un et l'autre à substituer au citoyen le consommateur "informé" tantôt comblé de biens culturels au point de se croire emporté par l'aventure de la création tantôt gorgé d'émotions et d'affects, au point de se croire associé à une grande croisade du coeur» (Fumaroli in Le Débat n.74, 1993:4).

Le côté humanitaire est un autre aspect du problème. Aspect sur lequel R. Debray s'est également penché car il fait entièrement partie de cette réalité-fiction. Par humanitaire j'entends cette politique de la pitié, l'hypocrisie des bons sentiments qui nous pousse par exemple à donner quelques sacs de riz pour les affamés de Somalie, ou pour servir des intérêts politiques à ne pas intervenir en Bosnie ou en Rwanda. Et les médias savent comment faire pour augmenter leur taux d'écoute:

«L'humanitaire réel, comme le thriller réel, c'est celui, abstrait, qui nous transmet en fin de parcours, filtré et lissé, coupé du long et lourd processus de sa production en amont. L'humanitaire réel, c'est son image pour nous, non sa réalité en soi» (Debray, 1993b:121).

Comment dès lors, peut-on croire à une démocratie transparente? Essayons au contraire de reprendre du recul, recréer des espaces respectifs. Démystifier ces nouveaux moyens de communication qui sapent notre démocratie, et nous plongent dans un narcissisme dangereux.

«L'humanitarisme est un narcissisme généreux. C'est la plus noble coquetterie que peut nous offrir en partage une société où l'inquiète fascination de soi sert de mobile à tous» (Debray, op.cit.:126).

Il y a aussi un ressurgissement du communautaire. Le communautaire, qui contrairement à l'humanitaire se déroule chez nous, à nos portes. C'est ce qui pousse les individus à créer des associations pour la misère tangible. Ce phénomène qui fait croire à Maffesoli à un réenchâtement du monde:

«Ainsi ce n'est plus l'individu, isolé dans la forteresse de sa raison, qui prévaut, mais bien l'ensemble tribal communiant autour d'un ensemble d'images qu'il consomme, avec voracité» (Maffesoli, 1993:201).

Rappelons-nous par exemple le phénomène des "sans-abris". La prolifération des associations dans nos sociétés modernes marque une nouvelle éthique de vie. Mais ce ressurgissement n'est-il pas une des marques de non-frontière, de manque de repères? «L'une des conséquences de la destruction de l'espace public est que, paradoxalement elle a conduit à mettre l'accent sur la communauté» (Sennett, 1979:234), d'où ce regain d'intérêt pour les grandes causes humanitaires, telles la famine, les inondations, etc.

Non seulement il est dangereux pour le citoyen de vouloir trop croire à cette transparence, mais il ne faut pas non plus être trop certain du pouvoir des masses. C'est ainsi que je tiens à nuancer les théories constructivistes, libérales (comme celle de Zsuzsa Hegedus sur l'auto-créativité). Théories qui rejoignent d'ailleurs en quelques points celle d'Habermas.

Toutes deux en fait présupposent la rationalité de l'être humain. Même si l'auto-créativité fait appel aux émotions, les choix d'avenir sont toujours faits de façon très rationnelle. Je serais plus Wébérienne ici, et s'il est vrai que le monde est en perpétuelle création, on ne peut nullement se fier à la rationalité. Car en effet, le côté affectif est à prendre en compte, mais aussi l'activité rationnelle en valeur et surtout l'action rationnelle par finalité qui se trouve être l'action la plus instrumentale, fondée sur la stratégie.

Tout résulte en effet d'un calcul, et le pouvoir actuel se situe au niveau du profit et du capital. L'économique l'emporte sur le verbe. Il faudrait toujours tenir compte des structures, non pas seulement de l'action comme le font les théories constructivistes, tenir compte des intérêts du pouvoir, de sa force et ne pas trop mettre de l'avant l'utopie démocratique.

Habermas, lui, voit la réalisation de la société moderne dans la communication (Cf. Théorie de l'agir communicationnel, 1987).

Il voit la démocratie comme la représentation d'un microcosme de la société et non pas la représentation des intérêts particuliers de chaque sujet c'est à dire que l'espace public, bien qu'ouvert à tous, serait géré par une sorte d'élite.

C'est en se libérant du monde vécu, en se dégageant des contraintes et grâce à la communication qui devient l'élément central de la modernité que l'on pourra s'émanciper, car selon lui la rationalité permet la distanciation. Cela peut être vrai, mais pour quel pourcentage de la population?

Croire dans le discours, dans le dialogue, comme moyen pour résoudre les différents problèmes, ou du moins pour arriver à une certaine entente est tout à fait légitime. Mais peut-être cela nous fait oublier trop facilement que chacun de nous a des valeurs différentes, et des buts individuels qui sont souvent contradictoires avec ceux d'autrui. C'est l'utopie du dialogue face à une arme bien plus redoutable, celle de la force des structures, celle du pouvoir. A en croire les principes formulés dans Le Prince (Machiavel), il ne fait aucun doute sur le vainqueur de cette bataille.

Sans croire à la manipulation à outrance, je crois nécessaire d'en parler pour défier l'option unique d'un pouvoir venant d'en haut. Comme Hobbes, nous pourrions dire que l'homme est encore un loup pour l'homme. Le goût du pouvoir, et du profit est une force unique et terrible, surtout comparée à des théories qui veulent promouvoir le dialogue telle celle d'Habermas qui est, à ce propos, l'apogée d'une utopie du langage.

C'est au peuple, en effet, de décider de son avenir mais le fait-il vraiment? L'État spectacle ne désapprend-il pas la méfiance face à un pouvoir extérieur? La mise en image constante ne détruit-elle nos capacités de jugement?

Nous ne devons, par conséquent, à aucun moment oublier que nous sommes dans une démocratie capitaliste, et donc que les intérêts à assurer sont ceux des riches.

La globalisation du monde, la standardisation de ce monde et la disparition de la frontière espace public/espace privé menacent la démocratie. Même si nous savons que l'idéal démocratique ne se réalisera jamais, même si elle n'est pas parfaite, il nous semble que nous devons la protéger. Non pas que ce soit le meilleur des systèmes, loin de là mais, (suivant la formule classique) nous pensons que c'est l'un des moins mauvais (Cf. J. Godbout<sup>45</sup> in Conjoncture, 1994).

La démocratie, parce qu'elle est un processus, évolue dans le temps et dans l'espace. Ses contenus sont temporaires et relatifs. Pour Claude Lefort<sup>46</sup> par exemple, le socle de la démocratie est un compromis. Il voit en la démocratie l'objectif de la modernité mais un objectif inatteignable car en mouvement perpétuel. Et justement de par ce mouvement, nous ne voudrions pas un état glissant vers la Démocrature ou la Médiacratie. C'est pourquoi il nous faut dénoncer les effets éventuels d'une trop grande implication de la communication dans l'espace public.

Dénoncer également le risque d'atrophie de notre imaginaire dû au direct, à l'immédiateté, à la banalisation:

«Il nous faut réapprendre par nous-mêmes à imaginer, à rêver, à voir et à nous dégager des simulacres qui nous tiennent lieu de ce sixième sens. Il faut donc apprendre à regarder sans fascination dans leur ordre modeste, les images incapables de relever le réel à notre place(...)» (Fumaroli in Le Débat n.74, 1993:21).

---

<sup>45</sup> Cf. l'article " La Démocratie représentative" de J. Godbout in Conjoncture n.19, 1994:47

<sup>46</sup> Claude Lefort, L'invention Démocratique, 1979

L'hégémonie médiatique est donc certaine. Elle domine la politique tout entière, domine les événements, et bientôt notre imaginaire. Lorsqu'il y avait encore séparation entre privé et public, les gens pouvaient s'accomplir de façon différente dans les deux domaines. Les sentiments personnels n'étaient pas semés à tout vent, quant aux violations de la morale, elles étaient tolérées dans la sphère publique puisque c'était un lieu de liberté.

Et il semble que la médiatisation et le développement de l'espace public ne vont pas de pair. Les conséquences de cette communication politique médiatisée remettent en cause l'idée d'un monde meilleur par une démocratisation de la communication.

Nous pouvons donc légitimement nous demander vers quelle culture nous nous dirigeons. Ne faudrait-il pas imposer une nouvelle politique à la médiatisation? La politique ne devrait-elle pas ne pas se plier au jeu de l'image?

Tout changement est difficile car la télévision fait désormais partie de nos vies, et nous sommes condamnés à recevoir l'information qu'elle veut nous consentir. La face cachée de la tyrannie de l'image, au fond le bouleversement des structures, la non distance, nous amène vers un monde où nous avons l'illusion de la transparence et l'illusion de gérer ce monde.

\*  
\*   \*   \*

Espace privé, Espace public, nous l'avons vu, étaient dans la cité grecque, deux entités très différentes et autonomes. Pour être tout à fait humain un homme devait appartenir à la sphère publique, lieu d'action et de dialogue, lieu de l'Art de la rhétorique. Seul ce qui était jugé important était traité sur la scène publique (Acte I).

Le privé, lui, traitait d'autres aspects, non pas futiles mais différents. Chaque sphère était donc cantonnée à son domaine et n'interagissait pas.

Pourtant depuis la modernité et jusqu'à notre société contemporaine, cela a bien évolué. Au nom d'une démocratie toujours plus grande, une volonté de transparence est née en tout et pour tout, d'où cette apparition d'événements privés dans la politique, sphère d'ailleurs qui tend à s'estomper de la réalité sociale (Acte II). Personne ne peut nier en effet la dépolitisation actuelle de la société, phénomène que nous jugeons pour notre part accentué par les médias, par la société de communication. En effet, celle-ci ne fonctionne pas sur les mêmes données et ses intérêts modifient l'essence même de la politique (Acte III).

De l'art de la rhétorique, nous sommes passés à l'absence de discours, à un vide, à sa place le culte de l'image s'est renforcé. Ainsi, un discrédit du discours politique s'installe, mais seule la politique n'est pas menacée. Le lien social aussi est en danger. Au nom de la transparence démocratique, nous sommes assaillis d'images, d'images créatrices d'une fiction masquant la réalité.

Le citoyen échange peu à peu sa place avec celle d'un téléspectateur, glouton d'images, assoiffé de sensationnalisme. Et il y croit à cette société visuelle. De ce fait, nous sommes au courant de tout, à une rapidité record, du moment qu'il y ait des images. Par ce phénomène se crée la distance. À force de visionner des atrocités ou de voir les hommes se battre pour leur apparence, la réalité se banalise, se désubstantialise. D'où la critique de la perversion de la culture par les médias, eux qui favorisent la standardisation, la normativité de la culture. La sur-médiatisation est indissociable de la communication politique qui nuit à la politique. Plus besoin d'avoir un message, seule prédomine la bonne image, la bonne personnalité.

La campagne française pour la présidence n'est-elle pas sur ce point révélatrice? Le discours de chaque candidat est sensiblement le même, seulement l'image qu'ils se donnent ou qu'on leur donne les différencie réellement.

Certes, nous n'avons jamais eu tant d'information, ni autant d'images, ou de cette soi-disant transparence. La guerre du Golfe restera l'exemple par excellence et une preuve de plus sur la non impartialité des images. D'ailleurs avoir de l'information ne signifie nullement que l'on communique plus: de l'information nous en avons tellement que nous ne sommes même plus capables d'avoir un jugement.

Mais de tout cela, nous oublions que la démocratie en souffre. Non pas que la société en devienne moins égalitaire, mais plutôt que l'on essaye de nous faire croire à quelque chose de plus vrai, alors que c'est une transparence artificielle, une transparence qui n'a rien avoir avec l'essence de l'espace public tel que conçu par Hannah Arendt. Tout domaine devrait en effet garder une part de mystère, d'obscurité afin d'exister tout simplement. On voudrait nous faire croire la politique plus intègre mais elle n'a nul besoin de cette soi disant authenticité. Le seul résultat de cette société de communication est que le citoyen se noie peu à peu dans ses flots d'informations. Le triomphe du visuel renforce la réalité-fiction, ce qui à cause de la distance ne se révèle que de moins en moins.

La démocratie dès lors, adopte un nouveau visage: Démocrature, Médiacratie, vidéosphère, tels sont les termes qui définissent à présent cette ère où la médiatisation conquiert tous les espaces et détruit celui de la politique. C'est elle (cette médiatisation) qui décide des causes prioritaires, qui aiguille les campagnes électorales.

Les médias investissent la politique et la politique se désinvestit de tout sens. Faut-il y voir une influence négative? Pour la démocratie sans aucun doute, car les citoyens en se dépolitisant deviennent abêtis par la mise en scène télévisuelle, par la distance qui se crée. Ils s'éloignent ainsi du dialogue et des débats, seule l'image, le jeu de séduction demeurent gravés dans l'esprit de ses téléspectateurs, eux-mêmes avides de sensationnalisme et du tout instantané. L'hégémonie médiatique condamne l'espace public qui dorénavant doit jouer avec une soi-disant transparence démocratique.

«A la fin rien ne s'écroule, aucune ruine ne jonche le sol, aucune déflagration ne se fait entendre et les choses ne semblent nullement changées: vidées plutôt, factices, fragiles et frappées d'une irréalité définitive» (Kundera, 1974:1).

### **EN GUISE DE CONCLUSION:**

En cette fin du XXème siècle où l'on entend parler de vide politique, de délégitimisation du Politique, pourquoi s'interroger sur la société de communication? C'est en fait, comme nous l'avons démontré tout au long de cette recherche, que les deux sont intimement liés.

Cet effacement du Politique transforme notre culture, la société semble vidée de son sens. Alors qu'auparavant nos intérêts étaient dirigés vers l'influence de la religion, des valeurs familiales..., aujourd'hui nous sommes à l'ère de la Communication, de la mondialisation de l'information et de l'invasion de l'image, communication qui est d'ailleurs, une activité indissociable de la démocratie. A l'instar de Pierre Delorme, nous pourrions dire que:

«Nous vivons aujourd'hui dans un vide politique. Les désirs collectifs, les grands projets communs n'ont plus le sens qu'on leur a déjà connu et la vie politique semble réduite à une gamme d'événements anecdotiques qui font quotidiennement la Une des médias - élections, courses à la direction des partis, etc» (Delorme in Société 1994:326).

Nous entrons dès lors dans une nouvelle réalité. «Nous vivons la fin d'une époque» (Balle in L'histoire, février 1995:90). C'est pourquoi il nous semble particulièrement important de ne pas faire l'impasse sur un des événements majeurs qui chaque jour modifie notre façon d'être, un événement primordial pour le domaine de la sociologie à savoir celui du règne de l'éphémère, de l'instantané, de la fiction.

«Nous sommes sensibles à la manifestation fantastique d'une société capable de dépasser la stricte nécessité des produits dans la superficialité des images, nous sommes sensibles à sa vertu de spectacle, de jeu, de mise en scène» (Mattelart, 1984:240).

L'enjeu de ce travail ne voulait en aucun cas condamner les pratiques médiatiques ou la télévision, ou encore dénoncer un état anti-démocratique. Il s'agissait davantage de montrer les différentes facettes de la réalité cathodique ainsi que, en paraphrasant Godbout, de présenter la Démocratie comme le moins mauvais des systèmes, plutôt que le meilleur, (Godbout in Conjoncture n.19, 1994:47).

Réalité, nous l'avons vu, fabriquée par les médias.

«Nous sommes au bord d'une explosion dont le signal nous a été donné par le rôle de CNN dans la guerre du Golfe et par le développement d'Internet aujourd'hui [...]» (Balle, ibid:90).

Cette explosion en effet, a modifié notre imaginaire, mais également et surtout le domaine du Politique, d'où notre intérêt plus spécifique sur l'espace public, que nous avons développé ici.

Les valeurs montantes de notre modernité, qui sont la simplicité, la transparence, le goût du spectaculaire ont envahi la et le Politique. C'est alors à une logique du jeu du cirque que nous avons à faire face, où tous les moyens sont acceptables pour sa survie. Le marketing médiatique fausse souvent la représentation des événements. Au fond un danger sous jacent nous menace, celui de la transformation de la démocratie. Cette nouvelle réalité politique impose un nouveau défi pour la démocratie.

La recherche a donc été élaborée en trois temps:

1/ Une bonne étude ne peut se passer de l'histoire. C'est pourquoi, il nous a fallu parler des différents courants de pensée en communication, parler également du sens de l'espace public et du terme de Démocratie. Recontextualiser, nous a permis d'asseoir notre étude sur des bases solides et surtout nécessaires pour l'évolution de notre recherche.

La démocratie n'est pas un système parfait, il ne l'a jamais été et la transparence que nous

revendiquons ne nous permettra pas non plus de l'obtenir. Plus qu'un lieu d'égalité, la politique doit être un lieu de débat, un lieu de discussion, mais surtout un lieu autonome. Une des différences majeures avec les siècles précédents, est en effet la fusion espace public, espace privé. Ce qui, pour nous, est l'élément crucial dans la dégénérescence de la politique.

2/ Il se produit alors, une dépolitisation que nous pouvons appréhender grâce à la personnalisation du pouvoir, grâce à la théâtralisation de la politique. Il n'y a plus de discours, plus de projets, juste une personnalité, une identité à vendre. Une lutte d'hommes, une lutte de conseillers en communication ont remplacé le lieu de débat qu'était l'espace public.

Ce dernier a dû insérer en son fond intérieur la communication politique, régie par le marketing, pour ne pas disparaître de nos vies. Les hommes publics sont dorénavant contraints à s'expliquer devant le petit écran pour conquérir le plus de territoire possible. Et de leur prestation télévisée, dépend leur avenir politique.

L'image a envahi notre imaginaire, et construit une réalité en accord avec notre époque, une réalité qui lui permettra de faire monter les taux d'écoute. Une réalité-fiction qui plaira à la masse, assoiffée d'immédiateté, de direct, de transparence. Cette transparence, que nous voulons partout et en tout, détruit l'artificialité propre à l'espace public (Cf. Richard Sennett). L'image devient alors un élément anti-démocratique.

Peu à peu donc, notre nouveau besoin de transparence démocratique nous pousse à insérer de plus en plus de privé dans le public. Les hommes publics, grâce à ce jeu politique, acquièrent beaucoup de popularité mais perdent en légitimité.

L'enchantement de l'instantané, de la spontanéité nous a conquis et est un nouvel objectif que doivent atteindre les médias. La masse revendique le droit à l'image, le droit à la soi disant vérité.

3/ Le défi principal est donc la survie de la Démocratie. Sans distinction entre espace privé et public, la démocratie se meurt peu à peu.

Pour certains, la communication est l'apogée de ce système politique mais, nous l'avons montré, les transformations sont telles que même si, logiquement, nous avons effectivement les moyens de nous défendre contre une hégémonie médiatique, le manque de distance qui s'impose à nous par notre volonté d'immédiateté nous rend victime du nouvel imaginaire.

Le monde est alors une création cathodique et la politique assiste à sa dégénérescence. L'homme est devenu, sans s'en rendre compte, son propre esclave.

La distance est un élément crucial pour conserver un certain recul, nous pouvons même dire que c'est l'élément de notre survie. Or l'ouvrage de Boltanski<sup>47</sup> est à juste titre très révélateur.

«[...] Cette liberté de communiquer qui semble être aujourd'hui la priorité, ne doit pas anéantir la liberté d'informer» (Balle, *ibid*:91). La mondialisation de l'information est effectivement une autre interrogation.

Nous pourrions débattre longtemps sur le fait d'une manipulation ou non, et il y aurait toujours le clan des pour et des contres, pourtant la télévision fait partie de nos vies et nous ne pouvons une seule seconde penser nous en passer. Les médias sont nos sources d'information sur le monde. Comment dans ce moule conformisant pouvons-nous ne pas nous noyer comme Narcisse? Comment pouvons nous résister contre cette immédiateté et cette image anti-démocratique?

---

<sup>47</sup>Cf. La Souffrance à distance, 1993.

Tout devient information tant et aussi longtemps que cela peut maintenir un haut taux d'écoute. Tant que le sujet fascine et capture notre imaginaire, il sera à la une des événements médiatiques. Mais est-ce parce que les médias n'en parlent plus que les événements ont disparu? Disparus de la réalité certainement pas, mais évaporés de la réalité factice qui finalement tient lieu de vérité est plus qu'une certitude. C'est pour cela qu'il existe réellement danger de narcissisme, «ce sont les médias qui fixent les causes prioritaires, eux qui stimulent et orientent la générosité» (Lipovetski, 1992:142). Ce n'est pas que la famine en Somalie soit finie, mais le sujet est dépassé. Il s'agit en fait de ménager la banalisation de la misère, car si le drame n'est plus capable de générer un certain capital il n'est plus alors considéré de l'information.

Le système politique a donc subi de graves perturbations par le fait de la communication politique axée sur une trop grande théâtralité. Pouvons nous encore parler de citoyen?

Par conséquent pour réintroduire un sens, il faudrait limiter les champs des deux sphères, recréer l'espace public comme lieu de débat car si l'espace public est en jeu, cela renvoie inexorablement à la démocratie. Vers quelle sorte de démocratie se tourne-t-on si le lieu de discussion disparaît? Vers quelle culture se tourne t-on?

Cette mondialisation de l'information (certains parlent d'ailleurs de l'impérialisme américain) crée de plus un nouveau malaise. Nous faisons référence ici au ressurgissement du local, au besoin d'une identité régionale, à la réaffirmation du particularisme<sup>48</sup>. Sans frontières, sans repères dans ce monde de plus en plus proche du village global, les spectateurs perdent leur identité.

---

<sup>48</sup> Élément cher à M. Maffesoli, pour qui, ce particularisme est une des caractéristiques de la post-modernité, et qui montre à quel point cette nouvelle société a besoin de l'hétérogénéisation du monde.

Nous sommes des iconolâtres, mais le conformisme, la banalisation de nos sentiments font que certains, les citoyens encore en vie essaient de recréer un univers avec des frontières, avec un espace-temps. Plus seulement du direct et de l'immédiateté, de l'instantané mais un recul. L'artificialité n'est pas néfaste et doit se maintenir là où elle est nécessaire c'est à dire dans l'espace public.

**Pour en revenir à l'hypothèse de départ nous pouvons donc affirmer que le citoyen a cédé sa place à un spectateur. Et que celui-ci, pas toujours averti des dangers de la machine du marketing, se laisse aisément tromper. Cette réalité qui dorénavant dépasse la fiction découle d'une volonté de puissance, de pouvoir, et surtout d'amasser un capital toujours plus important.**

Tous, finalement, nous y perdons en qualité. Nous n'avons jamais eu tant d'information et pourtant le monde n'en est pas pour autant plus transparent. "La" et "le" Politique ont perdu en légitimité, le citoyen perd son identité et les événements, leur réalité et leur atrocité. La banalisation de notre société "authentique" nous menace et l'ombre de Narcisse est toujours sous jacente.

L'hégémonie de la communication politique dévalorise "la" Politique et perturbe la démocratie. Nous en avons fait ici la preuve, et les nombreux articles à ce sujet nous maintiennent dans notre position, à savoir que ce malaise est à suivre. L'image, la réalité sont tout à fait façonnables suivant les besoins. C'est de cela que nous devons nous rendre compte. Et au lieu de tout simplifier, nous devons préserver les moyens de notre subsistance, en gardant la possibilité d'un recul, grâce à un maintien des frontières. Cela peut toutefois sembler paradoxal puisque nous sommes dans une époque où l'on a tendance à éliminer la moindre barrière, la moindre frontière.

De plus, avec le développement des nouveaux moyens de communication, tel Internet, l'enjeu va être de taille. Ceci pourrait en effet être "le" moyen le plus démocratique de communication puisque au fond, l'information, dans ce cas, provient de sources multiples.

Mais ces réseaux vont-ils être accessibles à tous? Il est vrai qu'en Amérique du Nord, l'ordinateur fait partie de nos meubles, mais ce n'est pas encore le cas à travers le monde. Cette culture de réseaux informatiques va encore modifier notre façon de concevoir ce monde. Cela est intéressant et, encore une fois, un sociologue ne peut se permettre de faire l'impasse sur un tel changement. Nous assistons à l'effervescence d'une nouvelle société, l'examiner devrait être une de nos priorités.

Notons encore, pour ouvrir le champ d'une future recherche, qu'une comparaison, sur le manque de frontière espace public/espace privé, entre États-Unis et France serait très intéressante. Car si le phénomène est clair en France, il l'est d'autant plus en Amérique (l'affaire O.J Simpson en est un exemple<sup>49</sup>).

Donc, même si l'on ne veut parler de manipulation puisque au fond le spectateur se complait dans cette réalité fiction, nous tombons inévitablement dans un monde factice...

Le défi est donc de pouvoir s'accommoder de ce nouvel imaginaire social, dont nous ne connaissons d'ailleurs pas encore tous les éléments. Société auto-créative peut-être, encore faut-il en avoir les moyens et se les donner.

La modernité nous place aux premières loges d'une comédie tragique:

«Les masques ne tombent pas simplement, ils se laissent voir en tant que masques, ce qui est peut-être pire» (Kundera, 1974:398).

---

<sup>49</sup> Citons à cet effet l'émission ENJEUX du 22 février sur Radio Canada concernant l'affaire O.J Simpson, qui est un très bon exemple, s'il en est encore besoin, de cette fusion espace public/espace privé. Les États-Unis sont, en effet, le lieu où cette réalité-fiction est véritablement digne du cirque.

## BIBLIOGRAPHIE

- ARENDT Hannah  
1983 Condition de l'homme moderne, Paris, Calmann-Lévy, 368p.
- ARENDT Hannah  
1989 La crise de la culture, Folio, essais.
- BALANDIER Georges  
1980 Le pouvoir sur scènes, éd. Ballard Paris, 180p.
- BALANDIER Georges  
1993 « La politique à l'épreuve des images » in Les cahiers internationaux de sociologie, Vol XCIV, Janvier-Juin.
- BALLE Francis  
1988 Médias et société, Presse, Audiovisuel, Télécommunications, Paris, 4ème édition, Montchrétien, 634p.
- BALLE Francis  
1992 Médias et sociétés, Presse, Audiovisuel, Télécommunications, Paris, 6ème édition, Montchrétien, 735p.
- BALLE Francis  
1995 « Nous vivons la fin d'une époque » in L'Histoire, n. 185 Février, Paris, p. 90-91.
- BAUDRILLARD Jean  
1978 Le système des objets, Paris, Gallimard, 288p.
- BAUDRILLARD Jean  
1981 Simulacres et simulation, Paris, Galilée.
- BAUDRILLARD Jean  
1982 A l'ombre des majorités silencieuses, Biblio Médiations, Paris, 115p.
- BAUDRILLARD Jean  
1983 Les stratégies fatales, Paris, Grasset

- BAUDRILLARD Jean  
1991 in Lamoureux Jocelyne, Les cahiers scientifiques ACFAS n.75  
Droits, Liberté, Démocratie Montréal, 308p.
- BAUDRILLARD Jean  
1992 L'illusion de la fin ou la grève des événements, Paris, Galilée.
- BOLTANSKI Gilles  
1993 La souffrance à distance: Morale humanitaire, médias et politique, Paris.  
Métaillé, 288p.
- BONNAFOUS Simone  
1989 «Préface» in «La politique à la télévision» Mots/Les langages du politique  
n.20-Sept. Presse de la fondation nationale des sciences politiques.
- CHAMPAGNE Patrick  
1990 Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique, Paris, éd. de minuit, 320p.,  
coll. " Le sens commun ".
- CHARON Jean-Marie  
1991 L'état des médias, Montréal, Boréal, 461p.
- CHOMSKY Noam  
1991 Idéologie et pouvoir, éd. EPO Belgique, 125p.
- DEBRAY Régis  
1992 Vie et mort de l'image. Une histoire du regard en Occident. Paris, Gallimard,  
413p., coll. " Bibliothèque des idées ".
- DEBRAY Régis  
1993a «Dictature de l'image» in Le Débat n.74 Mars-Avril, Paris, Gallimard, p.3-21
- DEBRAY Régis  
1993b L'Etat séducteur, les révolutions médiologiques du pouvoir, éd. Gallimard,  
Paris, 198p.
- DELORME Pierre  
1994 «Imaginaire et changement politique» in Société n.45. Revue des Sciences  
Humaines et Sociales-Dunod.

- DE VIRIEU François-Henri  
1990 La Médiacratie, éd. Flammarion, Paris, 293p.
- FERRY Jean-Marc  
1989 «Les transformations de la publicité politique» in Hermès, Paris, éd. du CNRS, n.4, p.14-25.
- FRESNAULT Pierre et DERUELLE  
1993 L'éloquence des images: images fixes III/Paris, PUF 1993 1ère éd., 256p.
- FUMAROLI Marc  
1993 «Dictature de l'image» in Le Débat n.74 Mars-Avril, Paris, Gallimard, p.3-21.
- GODBOUT Jacques  
1994 «La démocratie représentative» in Conjonctures, Le voile démocratique, n.19. Bibliothèque nationale du Québec.
- GOUREVITCH Jean-Paul  
1986 La politique et ses images, Médiathèque, Paris, 214p.
- HABERMAS Jürgen  
1993 L'espace public, Paris, Payot, 324p.
- HAMON Léo  
1964 La personnalisation du pouvoir, Paris, PUF, 500p.
- HEGEDUS Zsuzsa  
1993 «Social movements and social change in self-creative society: new civil initiatives in the international arena», Internationy Sociology.
- HENTSCH Thierry  
1994 «Dialogue électif» in Conjoncture, Le voile démocratique, Bibliothèque nationale du Québec n.19.
- HENTSCH Thierry  
1994 «Les mutations de la Démocratie» in Conjonctures, Le voile Démocratique II, n.20-21, Bibliothèque nationale du Québec.

- HOBBS Thomas  
1991 Léviathan, éd. Sirey, Paris.
- JULIEN Claude  
1989 in Le Monde diplomatique La communication victime des marchands, La Découverte/ Le Monde, Paris.
- KORDA Michael  
1977 Le pouvoir: comment l'obtenir comment s'en servir, Presses sélect. LTEE, Montréal, 377p.
- KUNDERA Milan  
1974 La vie est ailleurs, Paris, Gallimard, 389p.
- KUNDERA Milan  
1978 Le livre du rire et de l'oubli, Paris, Gallimard, 344p.
- LAMOUREUX Jocelyne  
1991 « Droits, Liberté, Démocratie », les cahiers scientifiques ACFAS n.75.
- LEFORT Claude  
1979 L'invention Démocratique, les limites de la domination totalitaire, Fayard.
- LEMAIRE Paul-Marcel  
1989 Communication et culture, Québec, Presse universitaire Laval, 269p.
- LIPOVETSKY Gilles  
1980 « Narcisse ou la stratégie du vide » in Le Débat n.5 Oct. Gallimard, Paris.
- LIPOVETSKY Gilles  
1992 Le Crépuscule du devoir: L'Ethique indolore des nouveaux temps démocratiques, Paris, Gallimard, 292p.
- MACHIAVEL Nicolas  
1980 Le Prince, Paris, Gallimard (Edition originale 1513).
- MAFFESOLI Michel  
1980 La galaxie de l'imaginaire: Dérive autour de l'oeuvre de Gilbert Durand/ François Pelletier, Paris, Berg., 260p.

- MAFFESOLI Michel  
1988 Le temps des tribus: le déclin de l'individualisme dans les sociétés de masse. Sociologies au quotidien, Méridiens Klincksieck, Paris.
- MAFFESOLI Michel  
1990 Au creux des apparences: pour une éthique de l'esthétique, Paris, Plon, 300p.
- MAFFESOLI Michel  
1992 Transfiguration du politique: la tribalisation du monde, Paris, Grasset, 307p.
- MATTELART Armand, DELCOURT, MATTELART  
1984 La culture contre la Démocratie? Paris, La Découverte, 223p.
- MATTELART Armand  
1992 La communication monde: histoire des idées et des stratégies, Paris, La Découverte, 1992, 356p.
- MERMET Gérard  
1987 Démocrature. Comment les médias transforment la démocratie, Paris, Aubier, 257p.
- MIRANDA Michel  
1986 La société incertaine, Paris, Librairie des Méridiens.
- MISSIKA Jean-Louis et WOLTON Dominique  
1983 La folle du logis. La télévision dans les sociétés démocratiques, Paris, Gallimard, 335p.
- MORF Nicole  
1994 «Quand la Démocratie ne répond plus» in Conjoncture. Le voile démocratique II, n.20-21, Bibliothèque nationale du Québec.
- MORIN Edgar  
1989 Pour sortir du XXème siècle, Point Nathan, Paris.
- MOUCHON Jean  
1989 «Médiatisation de la communication politique et logiques structurantes» in «La politique à la télévision» Mots/ Les langages du Politique " La Politique à la télévision" Paris, Presses de la fondation nationale des sciences politiques, n.20 sept.

- NEVEU Erik  
1994 Une société de communication, Montchrétien, Clefs politique, Paris.
- ORWELL Georges  
1978 1984, traduit de l'anglais par Amélie Audiberti, Paris Gallimard, Coll. Folio.
- RAMONET Ignacio  
1989 in Le Monde diplomatique La communication victime des marchands, La Découverte/ Le Monde, Paris.
- ROBIN Jacques  
1989 Changer d'ère, Seuil, Paris.
- ROUSSEAU Jean Jacques  
1973 Du contrat social, Christian Bourgeois éd., Paris.
- SCHWARTZENBERG Roger Gérard  
1977 L'état spectacle, essai sur et contre le star système en politique, Paris, Flammarion, 318p.
- SENNETT Richard  
1979 Les tyrannies de l'intimité, éd. Seuil, Paris, 277p.
- THERIAULT J.Yvon  
1994 «Ethique et démocratie chez Habermas» in Dialogue in Ethics/Le dialogue en éthique, vol. 2, Centre de techno-éthique de l'Université Saint-Paul.
- TOURAINE Alain  
1991 cité in l'article de Guy Rocher in *Lamoureux. J.* «Droits, Liberté, Démocratie» Les cahiers scientifiques ACFAS n.75.
- TOURAINE Alain  
1992 Critique de la Modernité, Paris, Fayard, 462p.
- TOURAINE Alain  
1994 «Entretien» in Conjontures, Le voile démocratique n.19, Bibliothèque nationale du Québec.
- ZIMMER Christian  
1989 «Cinéma, une logique de mort» in Le Monde Diplomatique, La Communication victime des marchands, éd. La Découverte/Le Monde, Paris.

### Pour approfondir

- BAUMAN Serge,  
1981 L'information manipulée, Paris, éd. de la RPP, 212p.
- DOYEN Jacques  
1990 La communication financière: enjeux, stratégie et actions, Paris, éd. d'organisation, 160p.
- FLICHY Patrice  
1991 Une histoire de la communication moderne: espace public et vie privée, Paris, La Découverte, 281p.
- FLICHY Patrice  
1991 Les industries de l'imaginaire: pour une analyse économique des médias, Grenoble, PUG, 275p.
- GERSTLE Jacques  
1991 La communication politique, Paris, PUF, 127p.
- GIRAUD Alain, MISSIKA Jean-Louis, WOLTON Dominique  
1978 Les réseaux pensants: Télécommunication et société, Paris, New-York, Masson, 287p.
- GUILLAUME Marc  
1978 Eloge du désordre, Paris, Gallimard, 202p.
- HAGUE Jean-Pierre  
1988 Groupe, pouvoir et communication, Sillery: Montréal, Presse universitaire du Québec, 235p.
- JACQUES Antoine  
1972 Le pouvoir et l'opinion: essai sur la communication sociale, Paris, éd. Denoël, 317p.

- MASNATA François  
1990 Le Politique et la liberté: Principes d'Anthropologie politique, Paris, L'harmatan, 266p.
- MATTELART Armand  
1982 Technologie, Culture et Communication, Paris, La documentation France, 214p.
- MATTELART Armand et Michèle  
1979 De l'usage des médias en temps de crise: les nouveaux profils des industries de la culture, Paris, A Moreau, 447p.
- MATTELART Armand et PIEMME Jean-Marie  
1980 Télévision: enjeux sans frontières, Industries culturelles et politique de la communication, Grenoble, PUG, 229p.
- STOURDZE Yves  
1987 Pour une poignée d'électrons: pouvoir et communication, Paris, Fayard, 421p.

## Index des Noms

### A

Arendt Hannah: 12,17,23/25,27,33,39/40

### B

Balandier Georges: 22,37,56,59,71

Balle Francis: 17,19,20,81/82,84,88

Balzac: 17

Baudrillard Jean: 8,14/15,20,31,46/49,57,59,62/64,71

Boltanski Gilles: 8,15,38,60/61,71

Bombardier Denise: 14,54

Bonnafous Gilles: 68

### C

Champagne Patrick: 23,37,41

Charon Jean Marie: 15,54

Chomsky Noam: 29

### D

Debray Régis: 10/12,14,40/41,44/45,47/48,51,53,62/63,68,73

Delorme Pierre: 81

De Virieu François-Henri: 35,39

### E

Ellul Jacques: 13,20

### F

Ferry Jean-Marc: 9

Fresnault Pierre: 59

Fumaroli Marc: 41,49,76

### G

Godbout Jacques: 76,82

Gourevitch Jean-Paul: 45

### H

Habermas Jürgen: 9,15,17/18,23,29,43,58,74/75

Hamon Léon: 15

Hegedus Zsuzsa: 7,26,29,48,74

Hentsch Thierry: 29

### J

Julien Claude: 29,72

### K

Katz: 13,19/20,64

Korda Michael: 15

Kundera Milan: 62,80,87

### L

Lamoureux Jocelyne: 31,47

Lasswell: 19,20

Lazarsfeld: 13,19

Lefort Claude: 27,76

Lemaire Paul-Marcel: 49

Lipovetsky Gilles: 17,49,66,68,69

Luhan Mc: 13,20,45,60

### M

Machiavel Nicolas: 22,24,/25,70,75

Maffesoli Michel: 5,42,57,61,64,70,73,85

Mattelart Armand: 64,81

Mermet Gérard: 15,60,66,68

Missika Jean-Louis: 5,14,45,50,64/65,68

Morf Nicole: 28

Morin Edgar: 60,71

Mouchon Jean: 37

### N

Neveu Erik: 10,21,46,52

### O

Orwell Georges: 19,64

### R

Ramonet Ignacio: 29,47,69,70

Robin Jacques: 27

Rousseau Jean-Jacques: 24,27

### S

Sennett Richard: 3,14,23/24,36,38,42,51,59,68,74,83

### T

Thériault J.Yvon: 27,32,36

Touraine Alain: 7,12,27,30/31

### W

Wolton Dominique: 5,14,45,50,64,65,68

### Z

Zimmer Christian: 14,45