

**LES SENS DU PUBLIC**  
**Daniel Cefai**  
**Dominique Pasquier**  
**Introduction**

Publics politiques, publics médiatiques. L'idée d'une telle confrontation est venue aux directeurs de ce volume comme une extension des lectures, des interrogations, des enquêtes, des discussions qui ont eu cours à l'entour de deux séminaires de recherche à l'École des Hautes Études en Sciences Sociales. L'un, coordonné par Daniel Dayan, Sabine Chalvon-Demersay, Dominique Mehl et Dominique Pasquier, portait sur le thème de : *Sociologie des médias : recherches anthropologiques sur les publics* ; l'autre, coordonné par Daniel Cefai et Louis Quéré, s'attaquait frontalement à la question : *Qu'est-ce que le public ? Les formes de l'expérience publique*. L'enjeu était pour leurs participants de mener un travail de réflexion théorique, ancré dans des études de cas empiriques, sur la constitution des publics politiques et des publics médiatiques, sur les formes d'expérience engagées par leurs membres, sur la nature de ces deux types de collectifs et, le cas échéant, sur leurs modes d'imbrication. Dans cette introduction, nous cherchons donc moins à proposer une conception systématique qu'à mettre en évidence l'air de parenté qui existe entre une multiplicité de perspectives, sans pour autant en réduire l'hétérogénéité de problématiques, de méthodes et d'objets. Nous entendons avant tout montrer la richesse de cette arène de recherches, lisible dans le choix des contributions, et donner au lecteur quelques fils directeurs pour s'y orienter.

Quel est donc le spectre de significations que recouvre le mot « public » ? Le « public » renvoie à des contextes divers, selon qu'il est pris comme un substantif ou un adjectif. Substantif, il semble pointer vers une « personne collective », au statut grammatical de sujet, actif ou passif, bien problématique à apercevoir. Il désigne un « être » doté de capacités d'auto-gouvernement, de délibération ou de participation ou de compétences de réception médiatique et culturelle. Adjectif, il qualifie la multiplicité des registres d'expérience et d'activité qui se sont configurés depuis plusieurs siècles dans les régimes démocratiques, à l'épreuve d'une sémantique du public et du privé. Il nous parle alors des jeux de langage qui mettent en forme nos épreuves de la vie quotidienne et des règles du jeu que nous respectons en pratique dans ce que nous faisons. Dans la forme verbale, le néologisme – ou l'anglicisme – « publiciser » tend à s'imposer pour ressaisir la dimension dynamique d'un « devenir public » ou d'un « rendre public ». Il redouble le terme de « publier », « donner au public », dont le sens classique d'« œuvrer pour le bien public » s'est refroidi depuis le xviii<sup>e</sup> siècle, mais dont le sens contemporain, plus technique, implique d'avertir le public en vue d'officialiser une situation (publier des bans), de conquérir un public sur un marché et d'en tirer une renommée littéraire ou une notoriété médiatique (publier un roman), de rendre compte et de rendre des comptes au public de citoyens, d'usagers ou d'administrés et de s'assurer d'un consentement civil ou d'une légitimité politique (publier une décision gouvernementale). L'idée de « publicisation » implique que le « public » n'est pas un donné en soi, en antécédence ou en extériorité aux performances qui le visent : il « se publicise » à travers la « publicisation » d'un problème social ou d'une mesure politique, d'une œuvre

théâtrale ou d'un programme télévisuel – en « publicisant » du coup des manifestations de plaisir et de critique, de soutien et de désaveu, de honte et d'indignation, de justification et de dénonciation. Il se « publicise » dans l'arène des multiples conflits sociaux, débats parlementaires et combats judiciaires, disputes philosophiques et controverses scientifiques, guerres de plume et batailles de mots que suscite un événement. Le « public » est tout entier dans ce procès de « publicisation », fait de différentiels de sens ou d'intervalles de parole, pour reprendre la métaphore arendtienne.

Malgré sa transsubstantiation occasionnelle, le public défie donc les métaphores organicistes. Il transgresse les figures du théologico-politique sous lesquelles il était autrefois subsumé. Être énigmatique, il n'est pas localisable dans un corps mystique, étatique ou civique. Son incarnation dans une sorte d'« hyper-organisme » aux milliers de têtes, de yeux et de mains, le fait pourtant parfois précipiter en un « sujet collectif ». On dit du public qu'il traverse des épreuves. Qu'il a une capacité de sentir et de ressentir. Qu'il s'émeut, expérimente, subit et agit. Le public est alors réifié comme le « support » de l'expérience publique, de l'esprit public, de l'opinion publique ou du jugement public. Cette entité n'est rien d'autre qu'un artifice symbolique : l'effet performatif des phrases dont le « public » est le sujet ou le complément est de rendre sensible le pouvoir du Public, du Peuple ou de l'Opinion, de le faire exister dans l'ordre des représentations et du même coup, d'unifier et d'identifier l'activité collective qu'il décrit. Une analyse grammaticale permet de se prémunir contre les excès de l'organicisme. Le public est souvent à l'inverse présenté sous la figure du marché. Le public serait dans le domaine politique le double du marché dans le domaine économique. La main invisible engendrerait une volonté générale à partir des volontés particulières. Mais le public peut-il se résumer à un effet de composition des passions ou des intérêts, des opinions ou des perspectives de personnes privées ? Le public d'une œuvre théâtrale se limite-t-il à l'intégrale des émotions intimes, favorables ou défavorables à la pièce, des spectateurs et des critiques ? Le public des conversations ordinaires de Tarde ou le public des processus d'interaction de Dewey se défont-ils en stratégies individuelles ? La posture individualiste dissout le problème sans le résoudre : elle nie l'existence des collectifs pour accréditer une ontologie des individus. Pourquoi les « particuliers » qui constituent les publics en se constituant eux-mêmes comme « amateurs », « supporters », « téléspectateurs » ou « citoyens » auraient-ils un indice de réalité supérieur à celui des « publics » eux-mêmes ? Aux croyances du libéralisme sociologique, juridique et politique se substitue avantageusement une analyse grammaticale des « publics » et des « particuliers ».

Une solution à l'antinomie du corps et du marché est donc que « publics » et « particuliers » sont co-constitués par les mêmes jeux de langage. Pour L. Quéré, suivant V. Descombes (1996), le public est moins un collectif concret ou un fait positif qu'une catégorie de la « tiercéité », au sens de Peirce – une de ces notions, comme la société civile, l'État ou les associations, souvent négligées par les sciences sociales et politiques, parce qu'elles sont jugées trop juridiques ou idéologiques, mais qui sont pourtant dotées d'un pouvoir de fiction instituant (à la façon de la *fictio legis*, analysée par Y. Thomas). Si l'on adoptait une position proche de celle de P. Ricoeur (1983), on pourrait dire que la catégorie du « public » fait partie du « réseau conceptuel » qui fournit ses « interprétants » à la vie démocratique. Avoir accès aux

contextes d'expérience des citoyens requiert de s'initier à leurs répertoires de catégories et de métaphores, d'arguments et de récits. Le mot « public » est un des pivots symboliques des contextes de sens dans lesquels se bâtissent les actions et se déchiffrent les événements, s'évaluent les institutions et se formulent les problèmes. J. Gusfield (1981) en appelle par exemple à une anthropologie symbolique ou à une sociologie culturelle des actions publiques : elles sont moins à expliquer et à comprendre « du point de vue de leurs stratégies, de leurs moyens, de leurs objectifs et de leurs conséquences que du point de vue du sens qu'elles possèdent pour les acteurs et qui se laisse lire dans leur configuration sensible », nous dit-il ici même. Le « public » n'est pas une donnée objective. Y recourir comme à un concept descriptif et analytique implique de rester sensible à ses tessitures sémantiques pour les acteurs et à ses usages pratiques par les acteurs. Le procès de « publicisation » est une activité collective qui ne se configure qu'en actualisant un contexte de sens (*Sinnszusammenhang*), au sens de Weber.

Ce point signifie que l'enquêteur sur les « sens du public » doit procéder à un travail d'exégèse du sens du mot. Et souvent s'installer dans l'entre-deux d'un travail de traduction. De traduction entre différentes disciplines, d'abord. Les participants à cet ouvrage collectif proviennent d'horizons divers : théorie de la communication et des médias, sociologie politique et philosophie politique, anthropologie urbaine, histoire de la littérature et sociologie des sciences. L'enjeu initial était bien de faire jouer ces points de vue les uns dans les autres, de miser sur les points de tension ou les lignes de friction entre discours pour ouvrir de nouvelles perspectives. Mais la traduction se fait aussi entre plusieurs langues : l'enquête sur les sens du « public » circule, depuis le moment inaugurateur de *L'Espace public* de Habermas (1962 ; 1978 en français), entre allemand, anglais et français, laissant apparaître des traditions nationales et des cultures civiques, sans doute cousines dans leur héritage du projet républicain, mais disparates dans leurs dispositifs de formulation et de réalisation du bien public. De traduction entre plusieurs époques, aussi : l'histoire de la res publica, pour la seule France, a donné lieu à des recherches remarquables sur la formation de l'État médiéval et classique, sur l'invention d'une politique démocratique sous la Révolution française, sur l'imaginaire républicain au XIX<sup>e</sup> siècle et sur la « synthèse républicaine » sous la III<sup>e</sup> République, et sur toutes sortes d'idiomes publics, de formes de civilité et d'urbanité, de mouvements d'action collective et de revendications de la société civile. De traduction entre plusieurs mondes, enfin : l'enquête s'enrichit sans cesse à se confronter à l'expérience américaine (par exemple, Calhoun, 1992), où la thématique des publics est devenue centrale en théorie politique et donne lieu à une littérature toujours plus abondante, mais aussi à des expériences plus lointaines, comme dans cet ouvrage-ci, chinoise ou malienne.

« Public » est un concept à la fois proche et lointain. Il est à la fois une catégorie indigène, qui pousse des ramifications dans les univers symboliques de la vie quotidienne, et une catégorie savante, façonnée par des théories du droit et du pouvoir autant qu'informée par l'enquête archivistique et l'observation empirique. Observer un « public » implique pour le chercheur de maîtriser les systèmes de coordonnées auxquels il a affaire et de s'équiper des compétences des lecteurs ou auditeurs, téléspectateurs, citoyens ordinaires, qui lui permettent de comprendre et de s'orienter. Le « public » se compose de « particuliers » qui s'engagent dans des régimes d'action publique. Membres de cet étrange « acteur

collectif » (qui se projette dans le monde à la mesure de sa passivité dans l'expérience ou de sa passibilité aux événements) ou « récepteur collectif » (dont l'exposition aux textes, aux performances ou aux nouvelles se découple en engagement actif), ils ont un « sens du public ». Ils font l'épreuve plus ou moins distincte de former un public : épreuve qui s'accompagne du sentiment vague et diffus d'être les témoins d'un événement historique (Quéré, 1996) ou s'accomplit comme communion rituelle devant une cérémonie télévisuelle (Dayan & Katz, 1996), qui se réfléchit dans la « conscience plus ou moins nette de la similitude des jugements » à la lecture du journal en solitaire (Tarde, 1901 : 76) ou qui s'exalte dans la passion à la fois très personnelle et très collective des fans de séries télévisuelles (Le Guern, 2002), qui prend la forme minimale du respect des petites obligations et de l'échange des civilités ordinaires dans la rue (Joseph, 1999) ou qui se réalise pleinement dans la plate-forme du réseau d'associations, visant le gouvernement autonome des affaires publiques, se donnant des objectifs et se baptisant d'un nom (Dewey, 1927). Les modalités de composition d'un public urbain, médiatique, culturel ou politique sont ainsi d'une extrême diversité – ainsi que les coordonnées déployées aux sens des particuliers et les compétences engagées par les corps des particuliers.

Le sens des mots, ici encore, est crucial. Les particuliers se sont constitués historiquement comme « particuliers » dans la dynamique de différenciation de l'État et de la société civile, ouvrant carrière à un nouveau statut du « public », comme J. Habermas ou H. Merlin nous l'ont montré. Dans une situation de monopolisation de la *res publica* par l'État absolutiste, le public renvoie d'abord à la totalité de la chose publique qui unit le peuple dans le corps du roi et fait du roi la tête du royaume. Petit à petit, le lieu d'un public se détache, à travers l'autonomisation de la société civile, dotée de ses propres principes d'organisation et de justification, par rapport à la personne du Monarque et au domaine de l'État. L'État, désincorporé, bientôt décapité, doit désormais être au service des particuliers qui, à l'encontre de sa raison et de sa souveraineté, entretiennent un commerce civil et opinent sur la chose publique. Le désir, l'intérêt, la conviction ou le goût des particuliers n'ont plus à être subordonnés par nature à un Bien public qui les transcende : ils existent de leur plein droit. Les particuliers constituent un public, au sens civil du terme, à travers l'usage de leur raison dans la lecture de la presse et la conversation des salons ou des cafés, ou dans l'épreuve du partage du plaisir et du conflit des opinions dans les représentations théâtrales et les querelles littéraires. La codification de l'expérience comme relevant des horizons de l'étatique et du civil, du privé ou du public a trouvé là une forme première, promise à durer à travers de nombreuses métamorphoses. Les « sens du public » ne cessent de se reconfigurer tout au long de l'histoire – histoire de la constitution des services publics de l'administration étatique, histoire du droit dans les législations révolutionnaires et le Code Napoléon, histoire de la reconnaissance légale des mutuelles, syndicats ou associations, mais aussi, histoire de la presse, de l'art, de la littérature et de leurs publics. Corrélativement, les sens du « particulier » ou du « privé » se modulent sous les figures de la personne juridique du droit naturel, porteuse de droits subjectifs, de l'entrepreneur économique, propriétaire privé au fondement de la société civile, du sujet philosophique, raisonnant librement en son for intérieur ou du citoyen politique, investi d'une parcelle de la souveraineté du Peuple ou de la Nation. Une pragmatique des publics ne se donne pas à l'avance la définition du « public », du « privé » et du « particulier

». Elle doit en suivre les aventures dans divers contextes sociaux et historiques. Le « public » est un signe aux sens multiples, mais le « public » existe aussi en acte à l'ombre de son signe. Les particuliers qui le composent agissent ou pâtissent de concert, comme L. Quéré y insiste. Que ce soit dans l'épreuve du sens commun dans le jugement esthétique, dans l'exercice de la conversation en de multiples lieux de sociabilité, dans l'advenue d'un destin partagé face à une catastrophe naturelle ou dans l'engagement de processus d'enquête ou de délibération collective, le public couvre les activités bien réelles de ses membres. Le public des médias, de l'art, du sport ou de la culture n'est sans doute pas totalement superposable au public politique. À ce public est assignée une place de destinataire dans un dispositif de représentation. Son exposition à l'œuvre, au spectacle ou à la partie vise à l'émouvoir, à le distraire ou à le séduire, rarement à le convaincre par l'usage de la raison. Par contre, le public politique, au sens fort, celui de Dewey, est un public associatif, enquêtant ou délibérant, visant à contrôler les conséquences d'un événement ou d'une action et à définir des modalités du bien public. Ce public n'est pas un simple destinataire d'une politique conçue ailleurs par d'autres : il cherche à prendre en main sa propre existence et son propre destin de public. Dans la réalité, les choses sont indéniablement plus complexes. Le public visé par la politique-spectacle dans ce que B. Manin (1995) appelle la « démocratie du public », avec son culte de la personnalité et son engouement pour des images, ressemble étrangement au public télévisuel de la théorie critique. Et le public-cible des politiques publiques n'est souvent appelé à participer que pour mieux être exclu des processus de délibération et de décision. Quant au public esthétique, il peut aussi être engagé dans un processus d'expérience et d'expérimentation collective, comme le groupement d'informaticiens et de vidéastes sur Internet étudié par L. Allard en témoigne. D'autres (Heinich, 2000 ; Zask, 2003 : 42-46) se sont efforcées de décrire l'espace de création et de jugement que constituent les publics d'artistes. Dans les deux cas, le public se profile dans un horizon d'intentionnalité collective, de focalisation par une pluralité d'acteurs sur les mêmes objets, fût-ce sur le mode du conflit, de la confrontation ou de la controverse. Ce public est animé par un rapport réflexif à ses propres performances : comme nous l'avons dit, la pluralité des membres du public font l'épreuve collective de leur coexistence autour des mêmes enjeux, la « sentent » sans nécessairement s'en donner une représentation explicite. Ils partagent un accès au monde, coopèrent et communiquent dans des horizons de remémoration et de projection, font émerger des textures d'expérience collective à travers des dynamiques de discussion, d'enquête et d'expérimentation. Soumis à des événements, mondains ou imaginaires, ils retournent leur « subir » collectif dans un espace-temps de sens problématique en « agir » collectif dans un monde commun. Public sentant et parlant, pâtissant et agissant...

## **La redécouverte des publics**

Le concept de public nous paraît donc singulièrement problématique (pour la présentation récente d'un faisceau d'approches, cf. Esquenazi, 2003).

Sur le versant politique, la question du public s'inscrit dans l'histoire des figures de la *res publica* et reste indissociable de l'avènement d'un régime républicain, travaillé par la révolution démocratique que Tocqueville avait si bien décrite. On ne

remontera pas jusqu'au XIII<sup>e</sup> siècle pour rappeler comment la cité antique a été redécouverte et le droit romain réactivé par les légistes du roi, ni à la lente constitution d'une administration publique et à l'autonomisation d'un pouvoir public dont l'histoire médiévale et moderne nous rend compte. On ne procédera pas davantage à un exercice comparatif entre les figures du bien public dessinées par les philosophes, les juristes ou les politiques au moment des Révolutions anglaise, américaine et française, ni à une généalogie des formes institutionnelles et symboliques qui ont petit à petit sédimenté dans le modèle républicain, au sens où nous l'entendons aujourd'hui en France. Ces cartes de coordonnées historiques restent bien entendu à l'arrière-plan de notre réflexion qui se veut plus ouvertement contemporaine. Comment mener un travail d'enquête en sciences sociales ou en science politique qui échappe aux modèles aujourd'hui dominants de la théorie de l'action rationnelle, et décrire des modalités d'engagement qui rendent justice à l'attachement des acteurs à des « biens publics » ? Comment prendre en charge analytiquement leur engagement dans des formes d'association qualifiées de « publics » – concept qui, en français, semble aller de soi quand on parle de littérature ou de télévision, mais dont le sens politique est beaucoup plus problématique ? Comment traduire en notre langue cette expérience des « publics » civiques qui est immédiatement audible pour un nord-américain, les observer et les décrire en contrepoint de la monopolisation des biens publics par l'État ou de la manipulation de l'opinion publique par les médias ? Comment assumer le fait d'une puissance publique en acte, vivante dans les rassemblements, les communications et les protestations populaires, cette *potestas in populo* qui est un des fondements de l'institution du régime démocratique ? Comment réactiver une forme d'interrogation proprement politique à travers l'examen de situations urbaines ou médiatiques et, inversement, forger des outils d'enquête micro-sociologique qui s'applique à la compréhension de la vie politique ?

La réflexion sur les publics a, pour certains d'entre nous, trouvé une de ses principales sources d'inspiration dans les travaux de C. H. Cooley (1909), de J. Dewey (1927) ou de R. E. Park (1904). Ceux-ci montraient comment l'émergence d'un problème va de pair avec la constitution de versions alternatives de description ou d'action, autour desquelles s'agrègent des camps rivaux devant des auditoires : le public se configure dans un théâtre de positions qui unit ces différents éléments, dans les opérations qu'accomplissent ses spectateurs, ses protagonistes, ses antagonistes et dans les conséquences qu'elles auront pour d'autres personnes, au-delà des lieux et des moments de leur avènement (Cefaï, 2002 ; Quéré, 2002). Ce public n'était pas simplement une fiction théorique dans l'esprit des contemporains de ces auteurs : le terme renvoyait concrètement à l'expérience du mouvement des *social centers* et des *social settlements*, auxquels avaient participé une partie des classes moyennes de New York, Philadelphie, Baltimore, Boston, Rochester ou Chicago pendant ce qu'il est convenu d'appeler l'ère progressiste (environ 1890 à 1915). Un idéal d'auto-gouvernement local avait alors été formulé, auquel la Première guerre mondiale, le développement de l'État fédéral et des trusts économiques, le progrès des mass médias et la croissance de la mobilité géographique avaient mis un terme. L'Union sacrée pendant la guerre, la prise en main timide, mais réelle, de la question sociale et des services publics par les instances locale, étatique et fédérale, l'invention de techniques de publicité marchande et de propagande politique et la formation de

la Grande communauté décrite par Wallas (1914) inauguraient un nouveau monde, bien éloigné de celui rêvé par H. Croly, R. Ely ou W. Rauschenbusch. La critique du citoyen omni-compétent et la défense de l'expertise technique contre les publics fantômes de W. Lippmann (1922, 1925) prenaient acte de ce tournant avec le plus de force. Une bonne partie des travaux sur les publics associatifs ou les publics délibératifs procèdent pourtant de cette interrogation et il est intéressant de voir que, si marquée historiquement qu'a pu être la réflexion de Dewey, elle n'a rien perdu de son mordant et continue à être stimulante pour beaucoup (Rorty, 1995 ; Honneth, 1998 ; Zask, 1999 ; Cefaï & Joseph, 2002 ; Joas, 2002 ; Quéré, 2002).

Pour d'autres, il s'agit moins d'identifier des collectifs concrets qui puissent être qualifiés de publics, phénomène, somme toute, assez rare, souvent éphémère, de toute façon problématique, que de comprendre comment des régimes d'action ou des registres d'expérience sont orientés par un sens du bien public ? Comment des figures complexes de composition et de commutation entre types de rationalité et de légitimité se mettent-elles en place - selon des modalités que la sociologie des cités domestique, industrielle, marchande, de l'opinion ou de l'inspiration nous a appris à identifier (Boltanski & Thévenot, 1991) ? Comment ce bien public, qui a perdu toute consistance ontologique, mais continue de réguler la plupart des actions civiques et politiques, est-il un enjeu de critique et de transaction, de dénonciation et de revendication ? Un ensemble de textes de cet ouvrage prolonge la réflexion sur les situations de publicité urbaine, explorées en France depuis le début des années quatre-vingt. Comment des compétences indissociablement civiques et citadines sont-elles requises pour que les passants ou les habitants s'orientent dans l'espace et cohabitent les uns avec les autres ? Comment penser la publicité urbaine dans ce vaste spectre d'activités qui s'étend depuis les micro-interactions entre passants anonymes, régulant un ordre public de visibilité et de praticabilité, à la réalisation de devoirs de coexistence pacifique, de tolérance et d'hospitalité entre groupes sociaux et ethniques, en passant par la mobilisation d'associations civiques qui revendiquent un droit de participer aux plans d'action élaborés par les pouvoirs publics (Joseph, 1999) ?

Sur le versant médiatique, la question du public prend un autre tour que celui des publics associatifs et délibératifs, des conflits autour de la définition de biens publics ou des compétences opérantes dans des espaces publics urbains. Elle renvoie immédiatement à l'organisation économique des marchés de biens symboliques, à la production de programmes par l'industrie culturelle et aux stratégies de communication en vue de promouvoir ces produits. Elle se confond, pour le sens commun, avec la question des « audiences ». Tout le travail mené, là aussi, depuis une vingtaine d'années a consisté à contrer la force de cette évidence et à redécouvrir un sens du public ignoré ou négligé par les recherches sur les communications de masse. Là encore, le dialogue avec les historiens a été capital. H. Merlin (1994) a montré le complexe de relations que le public allégué par les hommes de lettres du XVIIe siècle entretient avec le législateur désigné par le paradigme latin de la *res publica*. Publier, c'est participer au bien public par le moyen de la publication, dans un horizon circonscrit par l'autorité du censeur politique. Autour des querelles du *Cid* et de *La Princesse de Clèves* se met en place un nouveau modèle de publicité qui repose sur le « plaisir du destinataire ». Le public ne précède pas l'œuvre : « communauté imprévisible des lecteurs-spectateurs » (Merlin, 1994 : 392), il advient

dans et par la représentation littéraire. D'un côté, les auteurs sont mus par une quête personnelle plutôt que par la visée d'utilité publique à laquelle les œuvres étaient précédemment asservies, et n'auront cessé de se battre en faveur de l'art pour l'art contre toute opération d'assujettissement ; de l'autre côté, le public, « personne fictive » rassemble des particuliers, qui communient dans le plaisir partagé de la réception de l'œuvre, mais qui, ayant renoncé aux luttes fratricides de la religion et de la politique, se confrontent et communient désormais autour de la littérature. H. Merlin montre avec virtuosité la cohabitation de diverses figures du public au XVIIe, puis au XVIIIe siècle (Merlin, 1991 ; 1994b) – public organiciste hérité du corps mystique, public contractualiste produit de la conversation rationnelle, public esthétique émergeant du plaisir partagé, public écran dissimulant des stratégies d'intérêt particulier.

Le public médiatique peut être saisi comme l'héritier lointain de ce public littéraire, si on y voit davantage qu'un auditoire de consommateurs de biens médiatiques, et pire encore, qu'un indice d'Audimat. Tarde (1901), à la fin du XIXe siècle, s'interroge sur la nature des publics de lecteurs de journaux qui ne sont pas nécessairement en contact direct les uns avec les autres et n'en ont pas moins une « conscience d'appartenance » à un public. Les récepteurs des mass médias sentent et ressentent en commun à l'épreuve des événements. Ils vivent de concert la « propagation ondulatoire » (102) de certaines nouvelles. « Il suffit d'une plume pour mettre en mouvement des millions de langues » (82) et provoquer des bouleversements de la « météorologie politique » (113). Les conversations ordinaires, dont Tarde a appelé l'étude sociologique, sont au cœur de l'émergence des publics médiatisés par la presse. Elles restent somme toute encore peu étudiées (Gamson, 1992 ; Schudson, 1997 ; Eliasoph, 1998 ; Kim, Wyatt & Katz, 1999 ; Wyatt, Katz & Kim, 2000). Leur place centrale a néanmoins été perçue en France au carrefour de la lecture de Simmel, d'Agulhon, de Garfinkel et de Goffman sur les sociabilités, les urbanités et les civilités (Joseph, 1979 et 1981 ; Pharo, 1985). D'autres perspectives ont pris en charge la question de l'encodage-décodage ou de l'esthétique de la réception, éprouvées dans des dispositifs d'enquête qualitative. Une figure des récepteurs comme membres de publics s'est peu à peu constituée, à l'encontre de la littérature pléthorique sur les sondages d'opinion. Téléspectateurs anonymes, ils participent aux émotions des événements programmés en direct par la télévision cérémonielle et coopèrent dans des rituels domestiques (Dayan & Katz, 1996). Fans de séries TV, ils traversent les mêmes remaniements de leur expérience personnelle et entrent dans des dynamiques singulières d'identification et de sociabilité de clubs (Pasquier, 1999). Citoyens, électeurs et administrés, ils suivent comme un feuilleton quotidien les rebondissements de l'affaire du Watergate et éprouvent les mêmes indignations morales et civiques (Lang & Lang, 1983). Les recherches se sont orientées vers les dimensions performatives des publics : elles portent sur le processus de leur auto-configuration, indissociable de l'exercice d'une auto-réflexivité. Un public s'éprouve parfois public par rapport à d'autres publics, face auxquels il se manifeste et se définit. Sans doute est-il difficile de rendre compte de la diversité des expériences de lecteur, de spectateur ou d'auditeur, et plus encore de saisir précisément leur place par rapport à d'autres occasions sociales de marquer son appartenance à des collectifs. Mais cette figure de la vie publique ne peut plus être ignorée, pas plus que sa portée politique.

Qu'il s'agisse de publics politiques ou de publics médiatiques, un courant de recherches fondé sur une « pragmatique des activités » s'est développé depuis les années quatre-vingt dans les sciences sociales en France. Nombre d'études ont été publiées dans les revues *Réseaux* ou *Hermès* et dans la collection « Raisons pratiques », qui cherchent moins à déterminer objectivement des marchés, des champs ou des institutions ou à pénétrer les arcanes de la vie subjective des individus qu'à examiner des performances en train de se faire en situation et des contraintes écologiques qui pèsent sur des pratiques. Du coup, c'est une tout autre façon de poser les problèmes, de mener les enquêtes et de lire les données qui s'est petit à petit développée, même si elle reste minoritaire dans le monde des sciences sociales et politiques. La réception des travaux nord-américains a été de ce point de vue cruciale, avec toutes les distorsions fécondes et toutes les hybridations inventives qu'a pu engendrer leur lecture en France. Les recherches les plus novatrices ont été celles qui nous ont appris à observer et à décrire, à ancrer catégories et hypothèses dans le travail de terrain, en rupture avec la « grande théorie », celles qui ont déplacé l'attention des « systèmes de représentations » vers des contextes d'activités et des réseaux d'objets en train de se faire, celles qui se sont immergées dans l'héritage du pragmatisme et de la sociologie de Chicago et ont repensé les modes d'émergence de la vie collective, que ce soit à la ville, au travail ou en politique. Une conséquence, et non des moindres, de cet effort de traduction a été de favoriser un regard éloigné sur notre propre monde. La prégnance de la question des publics participe selon nous à la prise à rebours des évidences de la critique néo-marxiste de la domination. Elle enseigne, sans renoncer à la critique, à se démarquer d'une sociologie du soupçon qui n'a cessé de débusquer des stratégies de domination et des rapports de force. Elle contraint d'interroger *l'opinio communis* qu'a établi le succès de la réception de Bourdieu en sociologie de la culture ou en science politique (même si nous saluons la fécondité de l'entreprise de François & Neveu, 1999). Elle met par ailleurs en perspective l'idéologie républicaine à la française. Elle appelle à se démarquer d'une pensée en principes universels, à examiner le potentiel des expérimentations singulières et à réfléchir sérieusement sur la question du pluralisme ; elle enjoint à se méfier des croyances quasi religieuses dans le corps mystique de la République et à repérer l'émergence de nouvelles figures de l'intime, du privé, du public et du politique.

C'est dans cette perspective que la plupart des auteurs ici rassemblés ont mené leurs enquêtes, que ce soit sur des pratiques d'interaction sur Internet ou sur des mobilisations d'action collective, sur des modes d'engagement dans des sites urbains ou sur des attitudes spectatorielles vis à vis de la télévision.

## **Les formes de l'expérience publique : une pragmatique des publics**

La question de l'expérience publique a été marquée par deux grands penseurs, Arendt et Habermas, dont il n'est que latéralement question dans la plupart des contributions de cet ouvrage, même si leur geste inaugural continue d'être une source d'inspiration de premier ordre. Les auteurs ont par contre démultiplié les références au lignage du pragmatisme (John Dewey dans le rôle du grand ancêtre), au legs des « Écoles de Chicago » (de l'écologie urbaine de Park à la cohorte des Lang, de Goffman et de Gusfield), à la sociologie du journalisme des années soixante-dix, aux études de réception et aux *Cultural Studies*, à l'ethnométhodologie, à la

grammaire des cités et des régimes d'engagement (Boltanski & Thévenot) ou à l'anthropologie des sciences et des acteurs-réseaux (Callon & Latour). C'est ainsi un nouveau panorama de questions, de problèmes, d'enquêtes et d'analyses qui se dessine. La question du public prend de nouvelles directions.

*Comment se forment les problèmes publics, comment se font les publics*

Un point de départ fécond pour renouveler la pensée politique en la matière est la sociologie des problèmes publics. J. Gusfield a accepté que nous publiions un entretien, mené par D. Cefaï et D. Trom lors de son passage à Paris en 2001, enrichi et amendé par courriers électroniques. Il y revient sur ses recherches qui ont été cruciales pour déplacer la question de la formation de l'expérience publique, de ses langages et de ses contextes, et pour articuler une réflexion qui prenne en compte les dynamiques de la société civile en contrepoint des approches *top-down* des politiques publiques. À distance du modèle délibératif de J. Habermas (1962), le déploiement d'horizons de définition et de maîtrise de problèmes publics se fait à travers des séries d'activités pratiques, sur des scènes publiques – qu'elles soient politiques, urbaines, judiciaires ou médiatiques. L'attention est orientée vers les formes d'engagement, d'argumentation et de jugement public qui sont requises de la part des acteurs pour se repérer dans ces arènes publiques, pour se coordonner dans des procès de coopération, pour s'entendre sur des enjeux communs de conflit. Une arène publique peut être pensée comme un lieu de débat, de polémique ou de controverse, de témoignage, d'expertise et de délibération où petit à petit émergent des problèmes publics. Par problèmes publics, J. Gusfield entend des problèmes sociaux dont la définition disputée pointe vers l'intérêt général ou vers l'ordre public, se réclame de l'utilité publique ou promeut un bien public, et en appelle à des modalités de règlement par des dispositifs d'action publique (Gusfield, 1981). La résolution des problèmes publics n'est pas le monopole de l'État et de ses représentants, élus ou experts. Ils sont configurés par des procédés de mise en scène, en récits et en arguments, dans des performances adressées à des auditoires présumés, susceptibles de s'indigner, de se mobiliser et de revendiquer, destinés à faire prendre parti à l'opinion publique ou à faire prendre des décisions aux pouvoirs publics.

Le modèle est toujours celui de Dewey (1927). Le point de départ est la confrontation à une situation problématique où des personnes éprouvent un trouble indéterminé et perçu initialement comme relevant de la vie privée. Le public n'est pas donné d'avance avec la positivité d'un corps civique ou d'une audience médiatique. Il émerge à travers le jeu des interactions entre ces personnes qui se constituent comme un collectif d'enquêteurs, d'explorateurs et d'expérimentateurs qui vont monter des dispositifs de mobilisation pour définir leur trouble, l'ériger en problème d'intérêt public et interpeller les pouvoirs publics en vue de le résoudre. La sociologie des problèmes publics a complexifié le modèle de Dewey. Elle a suivi la généalogie historique de toutes sortes d'arènes, comme celles de la maltraitance infantile, de l'alcoolisme ou de l'avortement ; elle a dépassé l'opposition simpliste entre État et société et montré la variété des types de collaboration et de concurrence, de transaction et de tension entre agences administratives, représentants politiques et associations civiques ; elle a analysé en détail des configurations rhétoriques et

dramaturgiques, composées de séries d'actions symboliques et rituelles autant que de montages statistiques et expérimentaux visant à conférer une objectivité aux problèmes ; elle a donné une mobilité pragmatique et une texture culturelle à des phénomènes qui jusque-là restaient enfermés dans des schémas fonctionnels et des organigrammes institutionnels ; elle a découvert des topographies de l'engagement, de l'expérience et du discours, redevables dans la longue durée à des lignages historiques de formes symboliques (Rosanvallon, 2003), articulées dans le court terme par des géométries variables de pratiques - ordre du sens en train de se faire jusque-là aplati par le jeu des structures et des stratégies.

Une tentation à écarter, souvent accréditée par les travaux sur la démocratie délibérative, est de réduire le public à des échanges communicationnels. Sans doute le public est-il un espace de communication publique : pour Park (1940, 1941), il se noue dans la libre circulation des nouvelles, mais aussi des rumeurs et des ragots. Le dogmatisme et le terrorisme de l'opinion, dans des situations d'abolition du pluralisme ou de manipulation par la propagande politique, conduisent à la perte du public. Et sans doute, les batailles discursives sont capitales pour convaincre ou séduire des auditoires, pour lever des armées d'activistes en appui à une cause ou pour les sensibiliser à des situations d'injustice, pour rechercher des formes de consensus ou de consentement à un projet ou pour déployer l'arène d'un conflit et en fixer les enjeux et les camps. Mais une approche trop centrée sur le débat public, défini à partir des échanges communicationnels, reste limitée. Passons sur la critique souvent énoncée de la réduction du politique à la recherche de l'entente dialogique ou du consensus rationnel, qui sous-estime la dimension pluraliste et agonistique de la vie publique. Un autre point, moins évoqué, est celui de l'ancrage des processus délibératifs dans des écologies et des économies matérielles, et pas seulement celles des mass médias. La constitution des problèmes publics n'est pas pensable à partir des modèles de l'intersubjectivité : elle passe par le déploiement, la stabilisation et l'institutionnalisation d'environnements d'objets et de règles, de réseaux et d'organisations d'acteurs qui soutiennent des dispositifs de vigilance et d'alerte, de témoignage et d'expérimentation, de controverse et de procès (Chateauraynaud & Torny, 1999). Les problèmes publics sont confectionnés par des multiplicités de procédures pratiques, qui prennent appui sur des supports juridiques, administratifs, politiques ou médiatiques, qui mettent en œuvre des logiques d'interaction et de coordination, d'alliance et de conflit. Ils impliquent toutes sortes de transactions, de disputes et de compromis, et de recours à des opérations telles que calculs statistiques et démonstrations scientifiques, épreuves perceptives et témoignages vécus, mesures expertes et procès judiciaires. Le débat public n'a pas et n'aura jamais pour médium le discours de bonne volonté, en vue d'atteindre une communication sans distorsion : il se donne dans des activités plus ou moins normées, parfois même ritualisées, de dénonciation et de justification, de revendication et de disqualification, de polémique et d'argumentation.

Les problèmes publics peuvent également être formatés par les mass médias. Les dispositifs de sensibilisation et de mobilisation du Téléthon, étudiés par D. Cardon et J.-P. Heurtin, sont exemplaires des dynamiques de production et de réception à la télévision, contre les simplismes de la critique de l'industrie culturelle (sur la radio, voir aussi Cardon, 1995a et 1995b ; Cardon & Heurtin, 1999). Le Téléthon a permis de matérialiser un problème jusque-là ignoré par l'opinion publique, en le doublant

d'une logique de surenchère dans la collecte de fonds et dans les actions de solidarité. Il commande à distance l'émergence de publics, pour qui les maladies génétiques ont acquis une objectivité qu'elles n'avaient pas auparavant et à qui s'imposent les « formats de la générosité » (Cardon *et al.*, 1999). Il met en œuvre des techniques rationnelles de sollicitation, sans que soit pourtant jamais aboli le « caractère prospectif, artisanal et imprévisible » du cours de l'émission. D. Cardon et J.-P. Heurtin ont pratiqué une ethnographie des sites du programme sur plusieurs années : leur article dans cet ouvrage est l'une des pièces de cette fresque, centrée sur la gestion du PC-Compteur par l'Association française de lutte contre les myopathies, chargé de compter les appels téléphoniques et de sommer les promesses de dons. Dans une tout autre perspective, conforme à l'exposé de textes précédents (Bastien & François, 1999), É. Neveu propose une sociologie des processus de production des nouvelles, du rapport aux sources et du cadrage des informations, des interactions entre les postes de l'organe de presse, des transactions qu'entretiennent les représentants de journaux en Bretagne avec les réseaux associatifs, les agences administratives et les pouvoirs publics. É. Neveu est attentif à restituer la fabrique des informations par les localiers dans la presse régionale et à comprendre le type de liens organiques que ceux-ci entretiennent avec les acteurs locaux. Les colonnes du journal régional mettent en scène les mouvements de protestation agricole en relation aux processus de sélection, de cadrage et de montage de l'information. Ces deux types de travaux, de facture distincte, sont en prise sur des contextes d'activation de répertoires de catégorisation, d'argumentation et de motivation par des acteurs en vue de façonner des problèmes publics, de les indexer sur l'intérêt général et de susciter une mobilisation collective (Neveu, 1999). Mais d'un côté, Neveu s'appuie sur des analyses de champ, à la façon de Bourdieu ou sur les travaux de sociologie du journalisme inaugurés par H. Molotch et M. Lester (1975), G. Tuchman (1978), H. Gans (1979) ou T. Gitlin (1980). Il indexe les prises de position des journalistes sur les contraintes induites par leur ancrage dans une communauté locale. Ils adoptent des postures de sage ou d'oracle, d'animateur ou d'entrepreneur, de ventriloque ou de médiateur, en fonction des relations entretenues avec d'autres acteurs et des effets escomptés sur le contexte local ; ils s'imposent des effets de censure qui contredisent le travail de reportage, par souci d'objectivité, mais surtout de peur d'indisposer les informateurs ou par homologie d'opinion avec les élites. De l'autre côté, Cardon et Heurtin recourent à une approche pragmatique, centrée sur les activités de coopération des actants, humains et non humains – comme le « Compteur » (Cardon *et al.*, 1998) – sur les conséquences de leurs performances et sur la distribution de leurs rôles. Ils sont moins centrés sur les caractéristiques sociologiques des protagonistes d'un programme que sur la distribution des positions énonciatives des participants au Téléthon, et sur la profusion de liens qui en résulte. Le Téléthon matérialise le « public » sous diverses figures : l'auditoire présent sur scène, dans l'ombre de l'arrière-fond ou au premier plan en posture acclamative – le public en chair et en os du plateau ; le public touché par les interviews des témoins, des malades, des médecins, des organisateurs et des donateurs, dévoilant leur subjectivité sur l'écran et appelant à participer ; le public actif des personnes engagées dans les manifestations de la Force T, mobilisées à l'échelle locale dans des défis de toutes sortes ; l'index quantitatif du public de téléspectateurs solidaires, le nombre indiqué par le compteur, qui condense plusieurs

chaînes d'informations et les canalise vers la régie et le plateau ; le destinataire des soubresauts du compteur, des défilants de sensibilisation et des discours des animateurs – le public projeté par les tactiques du « marketing interactif » ; le public de l'envahissement du plateau, de la saturation des standards et du débordement du compteur – public à la fois suscité et spontané, attendu et surprenant, bouquet final de l'émission.

Public aux facettes multiples, logé dans les diverses places de cet agencement technique et médiatique. Le problème se pose en d'autres termes avec les collectifs de discussion ou les assemblées de délibération que l'on pourrait être tenté d'identifier comme des publics, non sans une forme de circonspection. Plusieurs textes examinent les difficultés à « faire des publics » (*public-making*), où les idées puissent librement croître et multiplier. P. Chaniel accomplit un pas en retrait vers Tocqueville, Cooley et Dewey pour penser l'enracinement des publics dans la « culture de la démocratie » des groupes primaires. Il met en relief le lien entre vie associative, faite de processus de transaction, de coopération et de communication, qui nourrit déjà un certain nombre d'idéaux moraux et politiques, et généalogie de la vie politique, consacrée par l'émergence des institutions étatiques. P. Dahlgren présente l'état du débat sur la démocratie délibérative, sur son lien à la société civile et à la citoyenneté ordinaire, sur les controverses autour de l'opinion publique et de la culture civique. Il s'attarde en particulier sur le statut des conversations quotidiennes dans la formation des publics et sur les thèses explicatives du conformisme, du désintérêt ou du silence politique. Une de ces perspectives est proposée par N. Eliasoph. Elle s'interroge sur les « pratiques civiques » qui modalisent la participation de citoyens ordinaires à des conversations dans des associations militantes, de bénévolat ou de loisir aux États-Unis. Elle travaille à partir des concepts goffmaniens de *footing* et de cadre, de scène et de coulisse ; elle déplace l'attention des contenus discursifs vers les manières de se rapporter au public. Elle analyse alors les mécanismes pervers qui conduisent les particuliers à manifester en public leur désengagement public, à « éviter la politique » (1998), alors même qu'ils se sentent fortement concernés en privé par le bien public. Elle ouvre des pistes intéressantes à explorer, qui pourraient être enrichies par les recherches de Goffman sur les formats de production et les cadres de participation à des programmes radiophoniques dans « Radio Talk » (Goffman, 1981). Goffman montrait comment un théâtre d'actants se met en place dans le déroulement des performances – « animateur », « auteur » et « mandant », personnages « naturels » ou « joués », passés ou fictifs, imités ou caricaturés, personnages enchâssés dans des « citations ». À ces « rôles de production » correspondent des « rôles de réception », ratifiés ou non ratifiés, témoins involontaires ou oreilles indiscrètes. Même si elle ne met pas systématiquement en œuvre toute la panoplie de concepts goffmaniens, N. Eliasoph montre la fécondité d'une ethnographie des publics dans des situations d'interaction. L'émergence de publics, en chair et en os, est concomitante d'un travail d'attribution de jeux de places et va de pair avec la commutation vers certains régimes d'engagement, topiques rhétoriques et répertoires d'action. On devine le potentiel de réflexion et d'enquête d'une telle démarche, que l'on peut rapprocher de la mise en évidence des régimes de la critique, de l'opinion et du partage dans la prise de parole publique dans un rassemblement orienté (Cardon, Heurtin & Lemieux, 1995). Si l'on quitte l'ordre de l'interaction, au sens de Goffman, on peut alors se référer à des

dispositifs pragmatiques qui articulent des arènes publiques. L. Boltanski a analysé par exemple, à propos des politiques de la souffrance, la « topique de la dénonciation » et la « topique du sentiment », qui rassemblent et mobilisent des publics autour d'une cause (Boltanski, 1993). Langage de l'esprit ou du cœur, convergence des jugements ou contagion des affections, conviction par des arguments impartiaux et des preuves objectives contre épihanie de sentiments authentiques ou d'émotions vraies, indignation contre des persécuteurs à la vue de l'injustice contre attendrissement pour des bienfaiteurs pratiquant la charité. Selon les modes de confection du bien public, les épreuves de vérité et de justice, les vocabulaires de description et de motivation, les formes d'exemplification et de généralisation, ce sont des publics différents qui sont ébranlés, qui s'émeuvent et s'engagent, s'apitoient ou se révoltent, compatissent ou se solidarisent (sur les transformations de ces régimes d'engagement, voir Cardon & Heurтин, 1999).

*Publics, expériences et agencements – civiques, urbains et techniques*

Une question directrice se dessine alors, celle des formes de l'expérience publique. Cette problématique peut être entendue en plusieurs sens. Il peut s'agir de l'énumération des critères de compréhension, de perception et de jugement qui sont mis en œuvre pour s'orienter dans l'arène publique. Bien sûr, en premier lieu, il y a les conditions de possibilité, instituées au cours de l'histoire du régime démocratique, ces « gonds » ou ces « charnières » autour desquels s'articule l'expérience publique. La philosophie politique et l'histoire politique ont mis en évidence ces matrices de principes généraux, comme le contre-balancement de la souveraineté de l'État par l'ancrage de sa légitimité dans la société civile, la circonscription d'un domaine public qui se détache peu à peu de la personne royale, le transfert du corps théologico-politique au Peuple et à la Nation en parallèle à l'émergence d'une conception contractualiste de la société civile, la séparation constitutionnelle et institutionnelle des pouvoirs qui en assure la limitation et l'équilibre réciproques, la formation d'un nouveau statut des personnes et la garantie des libertés privées et publiques. Ces principes généraux, inscrits dans la *politeia* des régimes démocratiques, spécifiés par des configurations de représentations, articulent des formes de vie publique. Ils sont les nervures de l'exigence de rendre des comptes et de se justifier publiquement, du jeu de l'autorisation et du consentement entre les citoyens ordinaires et leurs représentants, de l'obligation pour tous de se plier aux normes du droit, de l'exercice de la liberté de circuler, d'opiner, de s'exprimer et de s'associer, de l'affirmation d'égalité entre les hommes sans considération d'ethnie, de culture ou de religion, de la reconnaissance d'un droit à la critique, à la résistance et à la rébellion (Lefort, 1981).

Au-delà de cette histoire des représentations, certaines recherches nous ont appris à cerner au plus proche comment s'éprouve un sens de la réalité et un sens de la justice. Les situations de crise, de transition ou d'innovation sont propices, par les tensions et les critiques qu'elles ménagent, à un tel type d'enquête. Un exemple marquant pourrait être la sortie hors de cette période d'hallucinations collectives qu'a été la Terreur sous la Révolution française, où tous les repères du vrai, du juste, du légal et du légitime ont été brouillés – moment simultané de restauration d'épreuves de réalité et de justice et de ré-articulation de « publics intermédiaires

» (Cottureau & Ladrière, 1992 ; Cottureau, 1999). Cette perspective est compatible avec celle de C. Lefort (1976). En relisant *L'Archipel du Goulag*, il mettait en relief la singularité de l'expérience démocratique. Le déni de la division et du conflit en jeu dans l'« idéologie de granit » du régime totalitaire, la dynamique d'identification imaginaire du Peuple au Parti à l'Égocrate vont de pair avec l'abolition de toute vie publique et de toute vie privée et avec l'incapacité de porter des jugements de fait et des jugements de valeur. Paranoïa de l'ennemi intérieur ou extérieur, conduisant au soupçon généralisé de tous contre tous, rendant impossibles les liens de confiance civique et personnelle ; projet fantasmatique d'abolition du vieux monde et d'accouchement du nouveau monde, autorisant le recours à tous les moyens pour parvenir à ses fins ; croyance dogmatique dans la détention de la seule vérité, imposant l'annulation de toute voix alternative ou contradictoire et interdisant les mises à l'épreuve de l'expérience ; finalement, paralysie de la pensée et du jugement, faute de pouvoir se retirer dans l'horizon de la privacy et en l'absence du libre jeu de la pluralité qui fait la publicité.

I. Thireau et Hua Linshan, dans le prolongement de leur recherche sur la municipalité de Shenzhen (1996), documentent en ce sens le réveil de publics encore embryonnaires en Chine, toujours exposés aux tactiques aléatoires de tolérance et de répression de l'État, excavant des arènes de parole publique dans les interstices des instances de discours officiel. La pratique de « faire appel », de formuler des plaintes à l'administration dans des lettres ou sur Internet et de réclamer réparation auprès des pouvoirs publics (Thireau & Wang, 2001) est étudiée pour elle-même. Corrélativement à la mise en place de nouveaux dispositifs institutionnels, un monde de discussions, de dénonciations et de revendications publiques se déploie, qui articule son propre « système actanciel » (Boltanski, 1990 : 267), qui instaure un théâtre de places d'actants : de responsables, de victimes et de coupables, de juges et de témoins. Elle invente de nouvelles épreuves de justice, formule de nouveaux critères de liberté et d'équité, pointe vers des instances de droit en excès sur la bienveillance personnelle des gouvernants, cherche ses répertoires de langage contre ceux de la tradition et de l'idéologie et trouve des formes d'expression publique à des souffrances personnelles. On voit là émerger des idiomes des droits au travail ou des droits dans la cité qui dessinent une figure de la citoyenneté sociale et civique et qui amorcent une autre architecture de la société civile. M. Leclerc-Olive étudie un autre contexte local, marqué par la tension entre organisation traditionnelle du pouvoir villageois au Mali, réforme politico-administrative de la décentralisation et programme international d'aide au développement. Elle décrit les dynamiques d'articulation d'arènes « communautaires », « civiles » et « publiques » dans la région de Kayes et met en perspective l'évidence que ces concepts peuvent avoir pour des esprits occidentaux. M. Leclerc-Olive décrit d'abord les assemblées du conseil du village, le déni de parole aux femmes, aux cadets et aux castés sur la place publique et la contrainte d'unanimité qui pèse sur les participants aux délibérations. Elle montre comment l'accès à la parole n'est pas régi par les principes de pluralité des appartenances et d'égalité des droits, puisque seuls les chefs de famille qui « appartiennent » au village ont voix au chapitre. Par ailleurs, elle analyse comme des « arènes civiles » les dispositifs mis en place par la coopération, comme des lieux d'apprentissage du lobbying et de négociation d'intérêts plutôt que de libre délibération. L'enjeu y est celui de « biens communs », propriété partagée par des

groupes déterminés qui en excluent les autres, et non de « biens publics », inappropriables, inaliénables et imprescriptibles, dont la responsabilité échoit à tous sans que nul ne les possède. Par comparaison, elle fait ressortir l'originalité des « arènes publiques » à l'échelle locale, où les pratiques délibératives permettent d'intégrer de nouveaux acteurs indépendamment de leur statut, et d'arbitrer au nom du bien public, par delà des intérêts d'un village, d'un genre, d'une caste ou d'une corporation. On pourra comparer ces deux contextes avec celui des conseils de quartier du XXe arrondissement de Paris analysé par L. Blondiaux. Il montre la multiplicité des publics, réels et imaginaires, rêvés et observables, mobilisés ou invoqués dans cette procédure de démocratie locale. Le public postulé par les politiciens, spectateur, atone et crédule, râleur mais pas dérangeant, qui se tient à sa place dans la mise en scène des performances ; le public théorique des sociologues, représentatif, égalitaire et rationnel, délibératif et participatif, composé de citoyens exemplaires ; le public effectif de la salle, où les catégories populaires, des jeunes et des immigrants sont absentes ou sous-représentées, auditoire manifestant parfois de façon intempestive, mais de toute façon condamné à ne pas prendre de décisions, où les prises de parole restent enfermées dans un localisme extrême, les plus articulées étant celles des leaders associatifs. Mais public où la rhétorique du bien public est acquise de longue date et fait consensus : à la différence de Shenzhen ou de Kayes, la République va de soi.

Dans ces différentes études de cas, le déploiement d'une expérience publique est étroitement lié à l'instauration d'agencements juridiques, politiques et civiques qui jouent comme des champs de contraintes et d'opportunités. L'enquête sur des *scènes publiques urbaines*, en partant de perspectives micro-sociologiques, s'est portée sur les agencements de visibilité et de praticabilité de la vie des citoyens. Un espace de débat est ouvert dans cet ouvrage autour de la question de la publicité urbaine, dont I. Joseph a été le principal explorateur depuis vingt ans. Celui-ci revient ici sur sa trajectoire intellectuelle, à la lisière de l'enquête sur la rue, la place, le métro ou la gare, de la lecture de Simmel, de Park et de Goffman, de l'héritage de la sociologie de Chicago et de l'interrogation sur les leçons du pragmatisme. Ce petit exercice d'écologie des idées, fusant de rencontres, d'expériences et d'événements, nous aide à mieux comprendre quelques-uns des enjeux de la réflexion sur le public en France ces deux dernières décennies. Une des pistes les plus empruntées en a été celle des interactions anonymes entre passants, qui mettent en œuvre des conventions de coexistence et des rites de cohabitation, des stratégies de présentation de soi et des compétences d'orientation des citoyens, des droits d'accessibilité et des devoirs d'hospitalité. Une lecture complémentaire et décalée est ici proposée par J. Stavo-Debauge. Celui-ci déchiffre ses données d'enquête dans le Vieux Lyon à partir de l'habiter des résidents plutôt que de la mobilité des passants. En s'appuyant sur l'analytique des régimes d'engagement et sur le programme de recherches « Politiques du proche » mené par l'équipe de L. Thévenot (2003), il tente de construire une typologie des formes d'engagement citoyen, de ressaisir le feuilletage d'expérience temporelle et les points d'attachement territorial des résidents, de décrire les contradictions entre les modes de valorisation touristique du quartier et les investissements indigènes des marginaux et des SDF. Du coup, il vise à enrichir la conception de l'espace public urbain en prenant en compte d'autres compétences citoyennes que celles du passant ordinaire. M. Relieu et C. Terzi, en adoptant un point

de vue ethnométhodologique, s'efforcent quant à eux de répondre à la question : « en quoi consiste la dimension politique des pratiques urbaines ? ». Ils rendent compte des chaînages possibles, dans la temporalisation de cours d'action, entre l'épreuve des droits et des devoirs qui s'imposent au passant dans des situations ordinaires, les mobilisations de collectifs qui revendiquent un droit à la ville et les décisions de politique urbaine qui façonnent l'écologie de la ville. Comment saisir une articulation politique de la publicité urbaine, qui reste en prise sur des phénomènes observables et descriptibles, dans la perspective des citoyens-ordinaires ? Ces deux perspectives entrent en résonance avec le texte de D. Trom et M. Breviglieri, qui étudient le passage des troubles de la vie privée, éprouvés depuis des ancrages dans des territoires locaux, dans des milieux de proximité urbaine, à des formes d'engagement collectif et de dénonciation publique. Ils bricolent ici des outils analytiques pour relier une « micro-politique du trouble », dont R. Emerson et S. Messinger (1977) avaient tracé les grandes lignes, à leurs propres recherches sur l'usage et l'habiter et sur les grammaires du paysage. Ils recourent ainsi à une pragmatique de la vie urbaine avec une sociologie des problèmes publics, pris au point de leur naissance.

Les recherches sur la ville, avec leur sensibilité forte à l'écologie des pratiques, ont pris en compte des dispositifs d'objets qui donnent des « prises » à la perception et à l'action et qui les configurent. Les programmes d'études sur l'aménagement des espaces publics urbains, plus centrés sur des formes d'inter-objectivité que d'inter-subjectivité, ont souvent montré des affinités avec la sociologie des réseaux et des médiations socio-techniques (Latour & Hermant, 1998). M. Callon, l'un de ses principaux représentants en France, en propose ici une lecture originale. En lieu et place des dispositifs disciplinaires de Foucault, il propose d'étudier des agencements interactifs d'humains et de non-humains. « L'espace public est en quelque sorte enchâssé dans [une] zone technologique » : son émergence requiert un travail de mise en équivalence par des opérations de codage, de mesure et de comparaison entre données. Pas de publicité politique sans la fondation d'une « infrastructure » technique et scientifique. Il faut créer de la commensurabilité dans les flux de circulation de personnes, de marchandises, de textes, de capitaux. à l'échelle de l'Union européenne, la création de « zones technologiques » supposerait par exemple l'unification du droit de la propriété intellectuelle et une politique active de standardisation des équipements. Pour Callon, cet échec rend compte du fait que l'air ou l'eau, le gène ou le logiciel – potentiellement des connecteurs entre science et politique et des catalyseurs de forums hybrides, publics d'experts et de citoyens – n'ont pas eu le pouvoir d'interpellation civique qu'on pouvait en attendre. Certaines configurations d'action publique favorisent la clôture des dossiers plutôt qu'elles ne stimulent les débats, se tiennent du côté de la reproduction (*politics*) plutôt que du côté de l'innovation (*political*). Elles encouragent les « démonstrations », dont Callon montre la double composante politique (distribution légitime des rôles et fabrication d'effets sur un auditoire) et scientifique (production de faits objectifs à inclure dans les politiques publiques). Dans cette perspective, l'intercession des mass médias est capitale pour que cristallisent des publics, engagés dans une « course à l'événement », rivalisant de stratégies rhétoriques, mettant en scène manifestations et protestations. La question des médiations techniques est également posée par L. Allard. Dans le droit fil de ses enquêtes sur la sociabilité esthétique (1992, 1999), elle

s'interroge sur la place des nouvelles technologies de la communication dans des mobilisations collectives, comme médium d'engagement et cause publique. Elle enquête plus particulièrement sur un réseau, articulé autour de l'usage de logiciels libres, regroupant des entités du Tiers secteur audiovisuel, des télévisions de proximité, des lieux de création multimédias, des groupements d'artistes sur Internet, des sociétés commerciales de vidéo ou des associations de veille technologique. En recourant à une méthode inspirée de la pragmatique des interventions sur des listes de diffusion (« Qui parle à qui ? », « De quoi parle-t-on ? », « Selon quelles temporalités ? »), elle montre comment des vidéastes amateurs et des informaticiens bénévoles interagissent dans des arènes publiques, autour d'« objets-frontières » : Internet est à la fois le support, l'enjeu et un actant crucial de leur mobilisation collective. Une culture publique est en passe d'émerger, produit d'engagements coopérativistes de hackers, d'activistes de l'informatique libre, d'explorateurs des médias alternatifs, autant de tenants d'un « Internet militant » (Granjon, 2001) visant la réalisation d'une « cité libre » (Auray, 2002).

La question du lien entre arènes publiques et médiations socio-techniques a suscité des programmes de recherches maintenant conséquents – citons entre autres les enquêtes sur les publics d'amateurs de musique (Hennion, 1993), sur les maladies génétiques ou les déchets radioactifs (Callon, Lascoumes & Barthe, 2002), sur le TGV Méditerranée (Lolive, 1999) ou la lutte contre le sida (Barbot, 2002). Examinons à présent comment la littérature sur les publics médiatiques a traité de ce type de médiations singulières que sont les mass médias.

## **Les publics médiatiques : effets, réceptions et engagements**

Les études sur les médias sont confrontées à un étrange paradoxe. Le comportement des spectateurs de télévision ou des auditeurs de radio est observé seconde par seconde par les instituts de mesure de l'audience. On en sait tout ou presque : à quel moment ils changent de programme, dans quelle pièce ils sont installés, en compagnie de qui ils regardent. Et pourtant, la question des publics médiatiques reste un chantier de recherche dont on commence seulement à soupçonner l'étendue. Car les mesures d'audience ne nous renseignent pas sur les publics : elles recensent des comportements sans rien dire des pratiques elles-mêmes, de leur motivation, de leur intensité ou de leur inscription dans l'expérience des individus (Chalvon-Demersay, 1998). Pour réfléchir sur les publics médiatiques, il faut quitter les inventaires comptables et aborder d'autres questions. Il faut dépasser la mesure des actes de consommation pour s'intéresser aux processus de réception et comprendre en quoi ils se fondent sur la mobilisation de ressources individuelles. Il faut analyser la circulation des interprétations dans les interactions de la vie quotidienne et à travers tous les lieux et moments où les expériences singulières se transforment en engagements collectifs. Il faut resituer les publics médiatiques en d'autres activités culturelles et environnements spécifiques qui forment et contraignent les expériences d'être « un public ». Bref, l'exercice est difficile.

*Une sociologie des effets n'est pas une sociologie de la réception*

La sociologie des médias s'est en fait intéressée à la question des publics depuis très

longtemps. Dès les années quarante, on voit se dessiner une problématique dominante autour de la question des effets. Elle met au cœur de son dispositif les interactions entre contenus et récepteurs, mais elle le fait d'une manière très restrictive en adoptant une approche béhavioriste. De plus, elle travaille une notion de public prise en aval du processus de réception sans vraiment se soucier du phénomène de constitution sociale des interprétations. D'une certaine manière, la problématique des effets aura donc été une entrave à la réflexion sur la question des publics. Toutefois, certains travaux menés autour de P. Lazarsfeld ont ouvert une piste essentielle : la communication interpersonnelle a la capacité de contrecarrer la communication médiatique. Le processus de l'influence personnelle est pointé à propos des leaders d'opinion dans *The People's Choice* (1948), puis systématisé dans *Personal Influence* (Katz & Lazarsfeld, 1955). De très nombreuses recherches en psychosociologie vont ensuite s'intéresser à la manière dont les récepteurs opèrent un travail de sélection dans les contenus des messages médiatiques. L'idée d'un téléspectateur actif a commencé à faire son chemin.

Ce sera un point de départ décisif pour les recherches sur la réception qui se sont développés en Angleterre à la fin des années soixante-dix, même si cette filiation a largement été occultée (« ils ont réinventé la roue », ironise J. Curran, 1992). Les travaux anglais sur les publics démarrent véritablement au sein de l'équipe réunie à Birmingham au sein du Centre of Contemporary Cultural Studies, dirigé par Stuart Hall depuis 1968. Mais ils doivent indéniablement beaucoup aux ouvertures opérées auparavant par R. Hoggart dans *La culture du pauvre* (1970), en particulier à ses descriptions compréhensives des pratiques de lecture de la presse populaire dans les milieux ouvriers du Nord de l'Angleterre. Hoggart n'avait certes pas nourri un véritable programme de travail sur le processus de réception des médias, mais il fut le premier à étayer deux hypothèses très importantes. La première est que les individus recourent aux ressources puisées dans leur environnement culturel pour détourner à leur profit des œuvres venues d'ailleurs. Leurs pratiques des médias font sens en référence à des modes de vie, à des valeurs communes, à des actions partagées. La seconde est qu'il existe une certaine dissociation entre l'émission du message et sa réception, qui laisse ouverte la possibilité d'un jeu du côté des récepteurs, trop souvent décrits jusqu'alors comme crédules, manipulés et mystifiés. J.-C. Passeron a saisi sous le terme d'« attention oblique » ce mode paradoxal de réception :

« sous l'apparence d'une disponibilité bon enfant, accueillante au sensationnalisme de la presse populaire, ouverte sans y regarder de près à la consommation des infra-littératures et des images diffusées en série, prêtant une attention souriante et sceptique aux propagandes politiques, c'est en réalité une attitude qui consiste à "savoir en prendre et en laisser", une forme de réception qui trouve dans un acquiescement peu engagé à l'écoute le moyen de ne pas s'en laisser compter par le message. » (Passeron, 1994 : 289.)

Ces deux pistes sont au cœur du programme développé par les chercheurs des *Cultural Studies*. On peut considérer le modèle « encodage/décodage » proposé par S. Hall (1977) comme un véritable manifeste fondateur. Il y défend l'idée que la correspondance entre les pratiques de l'encodage et du décodage n'est jamais donnée d'avance : le producteur du message encode un sens dominant (*preferred meaning*), mais il n'a aucune garantie que c'est ce sens là qui va être décodé par le récepteur.

On peut, écrit Hall, supposer trois positions possibles du côté du récepteur. Il peut faire une lecture préférentielle du message, c'est-à-dire conforme au sens dominant de l'encodeur. Il peut aussi en faire une lecture négociée, accepter certains éléments du sens dominant et en refuser d'autres. Il peut enfin en faire une lecture oppositionnelle, c'est-à-dire en rupture avec le sens dominant. Plusieurs chantiers empiriques vont permettre de valider le programme théorique de Hall, à commencer par le travail pionnier de D. Morley sur la réception de *Nationwide*, un magazine télévisuel d'actualité (Morley, 1980). Initialement, Hall accordait dans son modèle une place privilégiée aux statuts de classe. Mais très vite, les premières recherches en réception se sont intéressées aux dimensions sexuées, ethniques ou générationnelles, avec l'idée que tout individu est pris dans des horizons d'expérience multiples qu'il mobilise et module lors de son contact avec les médias. L'école des *Cultural Studies*, qui s'était déjà illustrée par des travaux ethnographiques sur la fragmentation des styles de vie au sein du monde ouvrier et sur les sous-cultures des jeunes (Cohen, 1972 ; Hebdidge, 1979 ; Willis, 1978), était particulièrement bien équipée pour aborder ce problème. La réception par les médias qui n'avait pas une place centrale au cœur de ses premières recherches va se tailler la part du lion au cours des années quatre-vingt, en Angleterre (outre Morley, 1980 ; Hobson, 1982 ; Brundson, 1983 ; Buckingham, 1987) et ailleurs (Modleski, 1982 ; Radway, 1984 ; Ang, 1985 ; Hodge & Tripp, 1986 ; Seiter, 1989 ; Feuer, 1989 ; Liebes & Katz, 1990 ; Brown, 1990 et 1994 ; McRobbie, 1991 ; Press, 1991 ; Jenkins, 1992 ; Lewis, 1992 ; D'Acci, 1994 ; Gripsrud, 1995).

Comment expliquer l'énorme retard – près de vingt ans – des travaux français par rapport aux recherches dans l'espace anglophone ? On ne peut le comprendre sans faire un détour par la genèse particulière des recherches en sociologie de la culture, au cours des années soixante et soixante-dix, période durant laquelle se sont progressivement imposées les théories de la légitimité culturelle de Bourdieu. Ce détour peut paraître surprenant puisque Bourdieu n'a jamais développé de travail spécifique sur les pratiques médiatiques (sinon le petit pamphlet *Sur la télévision*) – même s'il s'est intéressé de près au fonctionnement du marché des biens symboliques. Mais c'est précisément là le problème : à l'inverse des *Cultural Studies*, qui considèrent que les cultures populaires sont dotées de leurs propres systèmes de valeurs et façonnent leurs propres univers de sens, la sociologie de la culture les a réduites en France à des pratiques caractérisées par le manque et la privation. Elle a de ce fait littéralement bloqué le développement de travaux sur les publics médiatiques, en les inscrivant dans une théorie du déficit qui ne laissait aucune marge à l'analyse.

Chez Bourdieu, la culture consacrée est la clé de voûte des stratégies de distinction et de domination symbolique (Bourdieu, 1979). Les agents des milieux cultivés ont la faculté de classer et de hiérarchiser des produits culturels qui sont susceptibles à leur tour de consolider leur classement social (« des classeurs classés par leurs classements »). Ceux des classes intermédiaires manifestent une « bonne volonté culturelle » en saluant avec révérence une culture à laquelle ils n'ont pas accès eux-mêmes (d'où un décalage permanent entre reconnaissance et connaissance qui fonde le rapport médusé et impuissant de la petite bourgeoisie à la culture cultivée). Enfin, la contrainte prévaut pour les agents des classes populaires : ils sont condamnés à consommer des biens symboliques déclassés par ceux qui produisent les standards

légitimes. « Le goût de nécessité ne peut engendrer qu'un style de vie en soi, qui n'est défini comme tel que négativement, par défaut, par la relation de privation qu'il entretient avec les autres styles de vie. » (Bourdieu, 1979 : 200.) Cette vision surplombante a profondément marqué la sociologie de la culture française jusqu'au milieu des années quatre-vingt, avant d'être l'objet de deux types de critiques, importantes à rappeler, car elles montrent bien combien il est difficile en France d'évoquer la question des médias sans entrer dans un débat plus large sur le statut des formes culturelles.

La première porte sur la question de la culture consacrée. Elle émane d'un chercheur, O. Donnat (1998) qui mène des enquêtes statistiques sur les pratiques culturelles des français. Ces enquêtes confirment massivement que l'accès à la culture consacrée et, dans celle-ci, l'accès aux œuvres les plus légitimes, continue d'être gouverné par les mécanismes liés aux différences de capital culturel, comme en attestent par exemple les chiffres sur la lecture ou la fréquentation des équipements culturels. O. Donnat (1994) ne conteste donc absolument pas les mécanismes de domination culturelle mis à jour par Bourdieu. En revanche, il s'interroge sur le caractère historiquement daté des hiérarchies culturelles défendues par ce dernier. *La Distinction* (1979), *L'Amour de l'art* (1966) et *Un art moyen* (1965) reposent sur des enquêtes menées au cours des années soixante et se situent tous trois dans la lignée directe des travaux de P. Bourdieu et

J.-C. Passeron en sociologie de l'éducation : ils élargissent au champ de la culture les constats accablants dressés à propos de la reproduction scolaire. Or, deux phénomènes sociaux majeurs interdisent de maintenir aujourd'hui les thèses de Bourdieu sur les liens entre le capital culturel et la culture consacrée. Le premier est la démocratisation scolaire qui a massivement touché la génération actuelle des moins de trente-cinq ans. Comment expliquer que ce soit dans cette génération qui a bénéficié d'un allongement de la scolarité et d'une hausse du niveau de diplôme que le recul de la culture consacrée soit le plus fort ? Un tel processus semble indiquer que l'école et la famille d'origine ne jouent plus aussi parfaitement qu'autrefois leur rôle de définition des hiérarchies culturelles. D'autre part, au cours des années quatre-vingt s'est radicalisé un processus de synergie entre les industries culturelles de la publicité et des médias, qui a créé « un système concurrent de distinction » en offrant aux consommateurs « des moyens de se distinguer à travers des produits culturels sur lesquels ne pèsent pas les obstacles symboliques qui limitent l'accès à la culture consacrée » (Donnat, 1994 : 146). On assiste à une hybridation croissante des univers culturels dans les générations nées après guerre : consécration de la culture juvénile, spectacularisation de certains aspects de la culture cultivée, développement de formes d'éclectisme culturel permettant des combinaisons plus nombreuses et plus variées, déclin du pouvoir distinctif de certaines pratiques culturelles comme la lecture. Ce constat pointe vers la cassure survenue dans les mécanismes qui assuraient la reproduction du contenu et des fonctions de la culture consacrée et incite à porter un regard très différent sur le statut des pratiques médiatiques. Elles ne stigmatisent désormais plus le manque de capital culturel et économique et peuvent entrer dans des portefeuilles de goûts qui incluent aussi des valeurs de la culture consacrée. Ce point est essentiel pour analyser les publics médiatiques : ils ne sont jamais uniquement des consommateurs de produits des médias, mais toujours les récepteurs d'une multiplicité de formes culturelles.

L'autre critique émane de C. Grignon et J.-C. Passeron (1982 ; 1989) et porte sur deux points principaux. Tout d'abord, soulignent-ils, il s'opère dans l'œuvre de Bourdieu un glissement d'une théorie de la légitimité culturelle – dont Passeron ne conteste pas les fondements – à une posture légitimiste qui interdit de saisir le sens des pratiques culturelles dites populaires :

« Le sociologue manquerait autre chose de la culture populaire s'il était incapable de faire l'hypothèse interprétative qu'une culture populaire est aussi capable de productivité symbolique lorsqu'elle oublie la domination des autres, et qu'elle parvient à organiser en cohérence symbolique, dont le principe lui est propre, les expériences de sa condition. » (Grignon & Passeron, 1982 : 75.)

J.-C. Passeron et C. Grignon réfutent donc la croyance en une omnipotente efficacité des standards légitimes. Les standards légitimes fonctionnent, mais pas « pour tous » et « pas toujours » : comment expliquer sinon les écarts à la norme que l'on constate y compris dans la culture des dominants ? La part d'autonomie des cultures populaires n'est pas à chercher du côté des pratiques de résistance (comme le font les chercheurs des *Cultural Studies*), mais dans ces moments où l'oubli de la domination « ménage aux classes populaires le lieu privilégié de leurs activités culturelles les moins marquées par les effets symboliques de la domination » (*Ibid.* : 65). Les publics peuvent se constituer dans ces zones de consommation nonchalante que décrit R. Hoggart. On a de toute évidence là une ouverture importante pour comprendre les formes de mobilisation très particulières qui se jouent autour des médias.

Par ailleurs, J.-C. Passeron a mis en œuvre, avec son équipe du SHADYC à Marseille, un programme de recherches sur la réception des produits culturels. Car c'est bien là une autre impasse de l'œuvre de Bourdieu sur la culture : elle analyse des modes de consommation et des styles de vie sans rien dire des expériences qui y sont associées. Le capital culturel commande-t-il la réception des produits culturels ? De quelles manières, selon quelles modalités ? Avec quelles marges de manœuvre ? En laissant quelle part au travail de l'expérience, de l'imagination ou du jugement ? On ne trouvera aucune réponse à cette question dans un modèle qui indexe à l'extrême des pratiques de consommation sur la dialectique des champs et des dispositions, sans jamais vraiment s'inquiéter du sens que les acteurs attachent à ce qu'ils font.

Des pistes avaient pourtant été ouvertes en France par des travaux sur les pratiques de lecture. M. de Certeau (1980), auquel les chercheurs des *Cultural Studies* ont beaucoup emprunté à la fin des années quatre-vingt – *L'Invention du quotidien* est traduit en anglais en 1986 – avait introduit la notion de « braconnage ». Les textes sont comme des territoires : les producteurs y imposent des formes d'usage et les lecteurs, pris dans ce jeu de pouvoir inégalitaire,

gardent toutefois la possibilité d'inventer des tactiques de résistance à ces stratégies d'occupation de leur espace. Ils peuvent les refuser en bloc et se mettre en quête d'offres alternatives. Ils peuvent sélectionner dans la profusion de textes des parcours qui leur conviennent. Ils peuvent aussi user de multiples tactiques de subversion, détournement, ironie, parodie ou critique et, en solitaire ou en collectif, à couvert ou à découvert, réécrire les textes en un tout autre sens que celui assigné par leurs programmeurs.

« À la production des objets et des images, production rationalisée, bruyante, spectaculaire, expansionniste, correspond une autre production dissimulée en consommation, une production rusée,

dispersée, silencieuse et cachée, mais s'insinuant partout. Elle ne se marque pas avec des produits propres, mais elle se caractérise par des manières propres d'employer les produits diffusés et imposés par un ordre économique dominant. » (Certeau, 1979 : 25.)

Les travaux de R. Chartier sur l'histoire des pratiques de lecture n'ont pas connu le même succès auprès des chercheurs sur la réception des médias anglo-américains. Ils vont pourtant plus loin que ceux de de Certeau en intégrant les effets de la matérialité des supports sur les opérations de lecture (Chartier, 1996). Un texte est toujours configuré par les dispositifs de sa fabrication et de sa diffusion : dans le cas de l'imprimé, le format du livre, les dispositions de la mise en page, les modes de découpage du texte, les conventions typographiques sont investies d'une « fonction expressive » et entrent en ligne de compte dans la constitution de la signification. Organisés par une intention, celle de l'auteur ou de l'éditeur, ces dispositifs qualifient le texte, contraignent sa réception, en orientent la compréhension et en contrôlent l'interprétation.

R. Chartier développe une histoire des appropriations en analysant comment les mêmes textes, sous des formes imprimées différentes, sont diversement saisis, maniés, compris. Il prend l'exemple des livrets de colportage de la Bibliothèque bleue au XVII<sup>e</sup> siècle – qui publie des textes classiques dans des ouvrages bon marché destinés au monde rural – pour montrer qu'en matière de réception il n'y a pas de découpage social identifiable *a priori*, mais des réseaux de pratiques qui organisent les modes de relation aux textes et des groupes de lecteurs qui ont chacun leurs propres manières de lire.

L'approche de R. Chartier fait sauter plusieurs couples d'oppositions qui verrouillaient l'espace de l'analyse. Elle contourne l'opposition entre production et consommation – qui en recouvre implicitement beaucoup d'autres : créativité contre passivité, liberté contre dépendance – en obligeant à réfléchir le texte en relation à sa lecture et en référant le sens de l'œuvre aux stratégies d'interprétation qui le visent. Être lecteur, auditeur ou spectateur signifie adopter des modes d'engagement dans des situations, réelles ou imaginaires, individuelles ou collectives. Au lieu d'invoquer dans l'abstrait un pouvoir de manipulation des textes, Chartier observe et décrit un travail de coproduction de sens, si asymétrique soit-il. Il fait du même coup sauter l'opposition entre savant et populaire, puisque la transformation des formes à travers lesquelles un texte est proposé autorise des réceptions inédites, crée de nouveaux publics et de nouveaux usages. Il faut donc repartir des pratiques elles-mêmes pour découvrir la trajectoire de lectures « partagées par toute une société, mais que chaque groupe déchiffre à sa manière ».

Il est en réalité tout à fait étrange que la sociologie des médias soit restée en France aussi indifférente à ces travaux sur les expériences de la lecture, au point de ne les redécouvrir dans leur version exportée que des années plus tard, comme ce fut le cas pour de Certeau. On peut y voir des effets de cloisonnement forts dans une sociologie de la culture, très réticente à donner aux pratiques médiatiques le même statut qu'aux autres pratiques culturelles. Le cas de Passeron est à cet égard tout à fait symptomatique. Il propose au début des années quatre-vingt un programme théorique d'étude des cultures populaires, qui, comme on l'a vu, rappelle l'urgence à sortir des perspectives misérabilistes de Bourdieu. Mais toutes les recherches qu'il a menées ensuite avec son équipe portent sur la réception de formes culturelles nobles

- la peinture, la lecture, le théâtre ou le cinéma (Éthis, 2001 et 2002 ; Fabiani, 1995 ; Pedler, 2002). On peut ainsi renvoyer à l'article de Bourdonnaud et Pedler qui défendent l'hypothèse d'une réception du théâtre à partir du suivi de « carrières » de spectateurs, construites sur le temps long de leurs expériences spectatorielles et en réaction aux effets programmés par les organisateurs du Festival d'Avignon. Plus encore, ces travaux sur la réception, d'une grande richesse, ne font aucune référence à la littérature anglophone sur la réception des médias de la même période. On imagine pourtant l'intérêt qu'il y aurait à lancer des ponts entre cette sociologie compréhensive de la culture, visant à identifier les processus de formation du goût et les recherches sur les publics de la télévision. Qu'est-ce qui éloigne ou rapproche des expériences esthétiques fondées sur des supports, des œuvres et des lieux de célébration très différents ?

## **Une sociologie de la réception n'est pas une sociologie des publics**

Qu'est ce que les travaux sur la réception ont apporté à la recherche sur les publics ? Beaucoup du côté des connaissances empiriques, peu du côté des avancées théoriques. Les acquis sont indéniables, mais le passage à une intégration des données factuelles dans des modèles cohérents s'est avéré problématique. Les premières recherches ont montré que les mêmes contenus s'offrent à des lectures qui varient selon les contextes culturels (Liebes & Katz, 1990, sur la réception de *Dallas*). Elles ont décrit des modalités de réception susceptibles de mettre en échec les stratégies de leur programmation (Radway, 1984, sur la lecture de littérature rose). Elles ont révélé des usages identitaires des médias, utilisés par les récepteurs comme des opérateurs de ralliement à tel ou tel collectif (Brown, 1994, sur les *soap operas*). Nous devons cette connaissance fine des processus de réception à des enquêtes ethnographiques, pour certaines d'une grande minutie (Dayan, 1992). Elles permettent de comprendre comment se trament entre programmes et téléspectateurs des liens complexes, parfois inattendus, qui débordent les voies balisées par les producteurs. Est-on pour autant allé plus loin que les théories de l'appropriation défendues par les travaux sur la lecture ? Rarement. La plupart des travaux sur la réception sont à la fois décontextualisés et portent sur des objets trop étroitement circonscrits. Dans cette multitude foisonnante d'études de cas, il est bien difficile de repérer une cohérence sociologique. L'écueil du populisme n'a pas toujours été évité. Des dérives comme celle de J. Fiske (1987, 1989), qui tend à héroïser un téléspectateur tout-puissant, en témoignent. La mythification de la résistance populaire, fondée sur une confusion entre activité et pouvoir dans les interprétations, est caractéristique des travaux sur la réception de la télévision. Comme si les recherches sur la télévision ne pouvaient se dérouler à l'écart de croisades morales pour sa réhabilitation. À cet égard, la recherche de D. Cardon et J.-P. Heurtin sur le Téléthon n'en est que plus louable. En orientant leur enquête sur l'interaction constante entre les directives d'un programme et les réactions des téléspectateurs, ils ont montré comment la liberté des publics médiatiques est canalisée et jugulée par des dispositifs, sans que soit pour autant annulée la part de leur mobilisation, de leur imagination et de leur solidarité. Ce « public en mouvement », qui se déploie dans les espaces qui lui ont été attribués en les aménageant, n'est ni un public autonome, ni un public dominé.

Il aura en fait fallu que les travaux sur la réception s'écartent de la perspective du décodage du texte par le lecteur pour trouver un nouveau souffle et aborder la question, plus riche conceptuellement, de la production et de la constitution des publics médiatiques. L'ouvrage de D. Dayan et E. Katz (1996) sur les événements télévisés a le premier défendu l'idée d'un « voir avec ». On comprend, en lisant ici leur interprétation de l'enquête de K. et G. Lang sur l'événement du retour triomphal de Mac Arthur de Corée en 1951, tout ce qu'apporte leur approche. Les Lang, qui ont soutenu leurs thèses à Chicago au milieu des années cinquante, à la même époque que Gusfield, dénoncent le décalage entre la réalité vue de la rue et la réalité vue devant la télévision, entre le point de vue de la foule massée sur le passage du général et le point de vue du public des téléspectateurs subjugués par le cadrage des images. Le problème n'est pas là, selon Dayan et Katz. Les événements médiatiques sont des performances, relevant d'un genre télévisuel déterminé, qui engagent un contrat de nature politique entre leurs organisateurs et leurs publics. Le public n'est pas du côté des expériences individuelles, mais du côté des activités collectives de réception. Il ne s'agit plus d'observer des téléspectateurs visionnant un programme, mais d'analyser les interactions qui s'élaborent à partir des pratiques de réception. Dans cette perspective, « le public sert d'horizon à l'expérience du téléspectateur » : regarder la télévision signifie « entrer en interaction avec un "contrechamp", constitué de tous ceux qui regardent simultanément la même image télévisuelle ou, plus exactement, de tous ceux dont on imagine qu'ils le font » (Dayan, 2000 : 429). Il convient de souligner ce qui démarque cette optique des travaux sur la réception des médias qui s'étaient intéressés aux interactions dans des contextes spécifiques comme la cellule familiale (Morley, 1986 et 1992 ; Lull, 1990) ou les relations de voisinage (Brown, 1994) et de travail (Boullier, 1987). Là, il s'agit d'étudier les nouvelles formes de sociation que suscitent ces « engagements collectifs à domicile ». La question n'est plus d'« être un public », mais de « se sentir le public de... ». Ce qui entraîne un certain nombre de caractéristiques : des formes de sociabilité directe, alliées au sentiment réflexif d'« appartenir à un public » ; un travail collectif d'auto-définition face à d'autres publics ; une capacité de délibération interne ; la mise en œuvre de performances (Dayan, 2000). La réception est une expérience collective qui s'élabore à travers de multiples cadres d'interaction.

Cette question de la sociabilité est au cœur des travaux actuels sur les nouvelles technologies de communication, en particulier dans l'équipe de C. Licoppe. Ils s'interrogent sur l'encastrement des liens interpersonnels dans les dispositifs de communication, en partant du principe que la relation se donne comme une succession d'échanges situés et d'interactions médiatisées qui viennent « dynamiquement réactiver, réaffirmer et reconfigurer la relation » (Licoppe, 2002). Il s'agit alors de saisir les dynamiques de sociabilité à travers le jeu de leur inscription dans des formes sociales, des territoires et des temporalités et de « traiter la question du collectif comme un ensemble de coordinations obéissant à des temporalités concurrentes ». Comment tient un tel lien social ? Licoppe parle de « collectif ajusté ». L'équilibre repose sur la capacité des individus à articuler le temps de l'absence et celui de la rencontre, le temps de la coexistence et celui de la co-présence. Mais avec la diffusion des NTC qui permettent d'entretenir un flux continu de gestes courts de communication, un répertoire de gestion de relations de connexion émerge : dans cette nouvelle modalité du vivre ensemble, les distinctions entre coexistence et co-

présence tendent à se brouiller. Ces travaux n'abordent pas frontalement la question du public. Mais ils montrent la complexification des activités de coordination et des processus de coopération – dans un programme qui a un air de famille avec celui de H. Becker (1988 : 364) lorsqu'il suggère, à propos des mondes de l'art, de « rechercher les réseaux dont la coopération est devenue régulière ou routinière, et (de) préciser les conventions qui permettent à leurs différents membres de coordonner leurs activités respectives ».

Or, les travaux actuels sur les publics des médias se penchent de plus en plus sur cette question de l'organisation des formes de mobilisation collective et des mécanismes d'ajustement réciproque qu'elles supposent. Les médias sont réfléchis comme des opérateurs pratiques d'expérience identitaire. La réception médiatique est prise dans un faisceau d'interactions qui commandent les modes d'attention accordés aux programmes ainsi que les formes d'appropriation et d'application dont ils sont l'objet. Cette réception est articulée par un travail de présentation de soi et subordonnée à un jeu de figuration statutaire. Dans leurs conversations ordinaires sur les programmes médiatiques, les spectateurs font apparaître quel type de personnes ils sont et quelles positions ils occupent dans l'espace social. Ils se reconnaissent mutuellement comme membres du même public (Pasquier, 1999). Ce processus de médiatisation qui peut être analysé comme une activité d'euphémisation du monde social, passé à travers les filtres de la fabrication d'histoires, fournit en retour des repères d'orientation et des schèmes de compréhension aux mutations de l'expérience individuelle et collective, comme par exemple celle du choix des relations familiales (Chalvon-Demersay, 1996). S. Chalvon-Demersay approfondit ici cette réflexion sur le jeu de miroir entre fiction télévisée et vie quotidienne dans une enquête sur les attitudes spectatorielles des instituteurs et des élèves face à *L'Instit*, des médecins et des patients face à *Urgences*. Ce travail sur des « publics particulièrement concernés » lui permet de mettre en évidence comment les personnages, les intrigues et les situations du récit fictionnel entrent en résonance avec l'expérience biographique des spectateurs et comment leurs « statuts professionnels », vécus et idéaux, en viennent à se projeter dans l'espace de leurs discussions.

Quelles sont les limites de cette nouvelle approche des publics ? Elle bute sur une difficulté importante, celle de la qualification de la nature des engagements. Dans le domaine des pratiques culturelles, É. Darras suggère d'identifier des modalités de réception plus ou moins distanciées : il y a des pièces que l'on peut regarder à la télévision, mais que l'on n'irait pas voir au théâtre, des musiques que l'on écoute à la radio, mais que l'on n'achèterait pas en disque (Darras, 2002). Le « véritable » public se trouve donc plutôt du côté des consommateurs « en acte ». Mais ce modèle est peu opératoire pour étudier les formes de l'engagement des publics télévisuels souvent décrits comme des publics éphémères, labiles ou inconstants – les « communautés fugitives » de T. Gitlin (1996). Pour Dayan, les publics de la télévision sont des « presque-public », même dans les cas où ils sont les plus visibles, les plus performatifs et les plus réflexifs. Leurs engagements sont soit trop éphémères (les « publics d'un jour » qui communient dans les célébrations télévisuelles), soit trop ludiques (les « publics pour rire » des séries pour adolescents, en prise sur un univers du « comme si ») (Dayan, 2000).

De fait, l'industrie culturelle encourage des pratiques sans durée et sans mémoire.

Pour la radio et la télévision, la rotation des produits est une nécessité économique : afin de contrer les phénomènes d'usure, il leur faut sans cesse offrir de nouvelles vedettes et de nouveaux programmes – et plus radicalement, de nouveaux cadres de participation des téléspectateurs. Le modèle de l'engagement des publics médiatiques paraît souvent à l'opposé de celui des publics politiques, que l'on tend à classer du côté de la raison délibérative et de la temporalité longue. Mais les publics politiques peuvent aussi se trouver du côté de la conviction forte et du zèle mobilisateur et donner lieu à des flambées affectives ou à des excès passionnels. Les publics des « affaires » étudiés par É. Claverie (1999) ont pu durer et marquer le paysage civil et politique en profondeur. Mais ils peuvent également être engloutis par le flux des informations et ne durer que le temps d'un feu de paille. Pour certains, les passions politiques se seraient refroidies. Les enthousiasmes révolutionnaires, les mystiques républicaines et les sacrifices nationalistes ne sont plus guère de mise. Mais les mobilisations pour l'école privée ou laïque, la sécurité sociale ou la paix internationale n'ont pas manqué d'envergure ces dernières années. Les engagements se sont détournés des partis politiques, des centrales syndicales et des fédérations associatives pour se porter sur des causes plus locales et plus quotidiennes, pour se faire plus calculateurs et plus tempérés, plus mobiles et plus conditionnels. Les publics politiques continuent néanmoins de paraître bien plus rationnels et bien plus durables que les publics médiatiques, tenus pour volatiles et affectifs, plus facilement manipulables.

Cette représentation doit toutefois être nuancée. Les publics médiatiques ne sont pas si fugaces et amnésiques qu'il y paraît. Comme nous l'avons dit plus haut, le sens des engagements se joue moins dans la production du contenu de programmes particuliers que dans l'agencement de rôles de réception. Cette idée a été travaillée par S. Livingstone et P. Lunt (1994) à propos des émissions de débat (*talk shows*) : ces programmes, qui réfèrent à une pluralité de formes argumentatives et rhétoriques et empruntent à plusieurs genres télévisuels – débat, documentaire, fiction, magazine d'information – ont constitué de fait un nouveau genre télévisuel *du côté de la réception*. Le public qui les regarde est conduit à s'engager dans des cadres de participation qui assignent des places différentes aux acteurs – animateurs, invités, public présent sur le plateau, public invoqué des téléspectateurs – et qui suppose de reformuler les catégories d'évaluation du programme. La chose vaut aussi pour des programmes de nature beaucoup moins dramatique comme certaines séries. Ainsi, les étudiants qui avaient développé des modalités de consommation décalées *d'Hélène et les garçons* (Pasquier, 1999) ont poursuivi quelques années plus tard le même jeu ironique ou parodique avec *Loft Story*. Déjà « entraînés », ils se sont très rapidement organisés en micro-collectifs et ont ouvert des espaces où ces micro-collectifs pouvaient officialiser leur existence, comme des sites Web. *Hélène et les garçons* a suggéré un mode d'emploi pour la réception de *Loft Story*, tout comme *Dynasty* l'avait fait en Norvège pour les feuilletons américains diffusés par la suite (Gripsrud, 1995).

Les agencements de rôles de réception ont donc leur propre historicité. Si l'on suit cette piste pour envisager les engagements dans la perspective des genres télévisuels, des différents formats de réception qu'ils promeuvent et de leur possible hybridation, force est d'analyser les publics télévisuels sur une temporalité beaucoup plus longue que celle de la relation à des programmes singuliers. Les publics de la

télévision ont une histoire. Le rapport à la télévision se temporalise comme un chaînage d'expériences qui réactive des formats de réception spécifiques. On peut donner de nombreux exemples d'un tel processus, à commencer par l'expérience qu'ont éprouvée récemment un grand nombre de téléspectateurs devant les images des attentats du 11 septembre : ils revivaient, près de quarante ans après, les émotions de stupéfaction, de peur et d'incrédulité qui les avaient étreints lors de l'assassinat de John Kennedy. Or, le lien entre ces deux événements n'est pas de nature politique. Il relève de ce que Dayan et Katz décrivent dans *La télévision cérémonielle* (1996) : ce n'est pas du déjà vu, mais du déjà vécu. Cette émotion a pu ensuite être instrumentalisée à des fins politiques, quand l'administration Bush a établi une inférence symbolique du gouffre d'horreur du « 11 septembre » à la nécessité d'engager la guerre contre l'Irak. Les journaux télévisés ont opéré des montages où se juxtaposaient des images de la Guerre du Golfe et de l'attentat contre les Twin Towers, tandis que Colin Powell tentait de produire les preuves de la collusion présumée entre le régime de Saddam Hussein et les réseaux Ben Laden. Façonner une mémoire, fabriquer de l'affect, réveiller une expérience : la quête d'une légitimité de la politique étrangère du gouvernement passe moins par le contenu des explications rationnelles qu'il propose au public que par ce travail de connexion entre expériences réceptives.

Il y aurait donc un lien entre différentes expériences de réception de la télévision, un lien qui peut être réactivé très longtemps après, et qui s'inscrit dans des contextes socialement identifiés comme proches. Une expérience antérieure offre un cadre pour les expériences qui la suivent : elle spécifie des formes de compréhension et prescrit des attitudes pratiques. Comme l'ont justement souligné Dayan et Katz, les promoteurs et médiateurs des événements font œuvre de pédagogues en fournissant un certain nombre d'éléments politiques, culturels ou religieux qui configurent leur perspective dramaturgique. Mais la télévision elle-même, comme médium, accomplit aussi tout un travail de chaînage, en proposant de relier entre elles des expériences qui n'ont en commun que d'organiser dans des termes comparables la gestion des émotions, que ce soit pour rire avec certains d'adorer une série idiote ou pour s'affliger avec beaucoup des soubresauts tragiques du monde. Le sentiment de participer d'un public télévisuel peut s'éclipser et resurgir. Il s'estompe, mais ne s'annule jamais complètement.

La perspective de N. Eliasoph, en termes de *footing*, permet de rapprocher les publics télévisuels des publics politiques. Elle ne parle pas de « presque-public », de « publics diasporiques » ou de « communautés fugitives », mais de « publics fragiles » pour caractériser le phénomène de volatilité d'une parole au nom du bien public au profit de discours à la première personne, dès lors que les interactions se déroulent dans la lumière crue de la sphère publique. Cette idée d'une transformation des régimes de parole selon les contextes d'interaction est centrale pour une sociologie de la réception. Les expressions d'être public ou non, d'être tel type de public ou tel autre – cynique, ironique, fidèle ou enthousiaste – adviennent dans des contextes d'interaction. Un adolescent peut aimer regarder des séries sentimentales mais il ne peut pas exprimer ce goût dans la société de ses pairs masculins sans risquer le ridicule : il fait partie de l'audience, mais pas du public. La réception se fait dans des espaces normés qui excluent certaines prises de position ou certains modes de formulation. Certaines formes d'engagement sont condamnées à être refoulées dans

certaines situations médiatiques ou politiques. Et le chercheur doit dans les deux cas aller les dénicher, en vue de décrire comment des contextes d'interaction commandent à des répertoires d'expérience, acceptables ou non, en public.

Curieusement, N. Eliasoph ne fait pas le lien entre la généralisation du discours au nom de soi des activistes dans des arènes publiques et l'envahissement spectaculaire depuis la fin des années quatre-vingt des programmes des médias par des opinions à la première personne, des expériences vécues ou des témoignages intimes. Il y aurait pourtant bien des correspondances à établir entre ses observations et celles portant sur les émissions de débat (Livingstone & Lunt, 1994), les *reality shows* (Mehl, 1996 ; Jost, 2001) ou les pages personnelles sur Internet (Beaudoin & Velkovska, 1999). D. Mehl décrit ici les brouillages de la définition du privé et du public dans les modalités de la surexposition du soi, de ses désirs et de ses croyances, de ses goûts et de ses émotions sur les plateaux de télévision. Elle s'interroge sur les formes de perversion du débat public induite par cette juxtaposition des vécus en lieu et place de la confrontation des opinions. Un glissement s'opère des valeurs de vérité à des valeurs d'authenticité, que Meyrowitz (1985) a associé au passage des médias écrits aux médias électroniques et que P. Lichterman (1996), par exemple, a pisté dans les paradoxes de la *personal politics*. Les jugements de portée générale, les classements par catégories ou les savoirs abstraits, associés au discours des experts ou des politiciens, sont contestés au nom du vécu immédiat ; un double mouvement de revendication et de reconnaissance des petites différences subjectives semble devenir le régime ordinaire de la parole profane en public. On aboutit paradoxalement à une surexposition des intimités dans la sphère publique et à une relégation des opinions et des jugements à portée générale dans la sphère privée. Ce constat invite à mettre au point d'autres protocoles d'enquête et d'autres cadres d'analyse pour traiter de la parole publique, qu'elle touche à la politique ou aux médias (Thévenot, 1999).

## Conclusion

L'entrelacs entre publics politiques et publics médiatiques n'est pas une mince affaire. Le public des médias, comme celui de la « culture », a la plupart du temps perdu la référence au bien public qui animait encore le public de l'art, de la presse ou de la littérature à l'âge classique ou au temps de Lumières. Mais le public politique n'est-il pas très souvent dans une position analogue de récepteur collectif de délibérations et de décisions politiques qui se jouent ailleurs ? La politique, comme drame rituel et action symbolique, ne s'adresse-t-elle pas à des publics qui ont un air de famille avec ceux du théâtre ou de la littérature ? Le public politique a-t-il grand chose à voir avec le rêve républicain d'une armée civique tendue vers la réalisation du bien public ? On pourrait avantageusement le comparer au public du concert classique : une minorité d'amateurs, dont certains sont eux-mêmes musiciens, lisent les partitions et apprécient les nuances, d'autres sont pris d'émotions fortes et apprécient en connaisseurs, commentent et jugent, sans être dotés de compétences de professionnels ; certains se passionnent sur un mode maniaque pour un type de musique, pour un compositeur ou pour un chef d'orchestre, d'autres n'accordent qu'une attention distraite à certaines performances sans pour autant les dénigrer ; pour la plupart, la musique symphonique reste une chose ésotérique, ennuyeuse ou démodée, réservée à une petite élite culturelle, à laquelle ils ne s'intéressent guère,

sauf rares occasions. Toutes proportions gardées, on trouverait les mêmes postures dans les publics politiques : il y a des citoyens qui sont aussi des élus ou des activistes, des entrepreneurs ou des militants de la chose publique, qui font la politique autant qu'ils la subissent ; il y a des citoyens qui n'agissent guère que lorsqu'ils se sentent personnellement concernés ou lorsque la cause leur paraît de force majeure, mais qui s'informent, ont un niveau de culture civique appréciable sans franchir la frontière de l'action ; il y a des citoyens qui ont une sensibilité aiguë pour un type déterminé de problème public, la santé ou l'écologie, la ville, la distribution de l'eau ou l'animation culturelle, mais qui ne s'intéressent que de loin aux autres sujets ; d'autres qui s'investissent en politique parce qu'ils se sentent proches d'une formation ou d'un leader politique, mais qui perdent leur passion quand la configuration du pouvoir se modifie ; il y a un grand nombre de citoyens qui ont une attention oblique pour la chose publique, qui peuvent ressentir un attrait pour l'intrigue publique lors d'événements forts comme une guerre ou un scandale, lors de cérémonies électorales ou de rituels de commémoration, mais qui d'ordinaire vaquent à leurs affaires courantes sans chercher à influencer sur le cours des affaires publiques ; il y a une masse de citoyens que la politique n'intéresse tout simplement pas, par manque de compréhension, par désenchantement ou par désillusion, qui font comme si ça ne les concernait pas parce qu'ils ne se sentent aucune légitimité à prendre position, ou qui s'en détournent parce que cela leur paraît le privilège d'un tout petit nombre. L'engagement ne se manifeste pas seulement sur les barricades : les citoyens peuvent s'enflammer pour des affaires et râler à la découverte de scandales, pâtir ensemble d'une situation d'injustice faute d'agir ensemble, prendre fait et cause un jour et se cloîtrer chez eux le lendemain, se lancer corps et âme dans une revendication et s'en détourner quand elle leur échappe, adopter des postures ironiques, parodiques ou cyniques ou tout simplement ignorer la chose publique, sinon quand leur intérêt personnel est en jeu. Le « voir avec » des communions cathodiques de membres de publics dispersés devant leurs postes de télévision éclaire par analogie une dimension des publics politiques : loin de donner dans l'enthousiasme héroïque, et parfois de toucher au sublime dans la révolution, les citoyens entretiennent des liens faibles avec des publics virtuels, en contrechamp des contextes de leur vie quotidienne. Peut-être pourrait-on, au lieu de postuler, comme le veut l'invective devenue rituelle, une dénaturation de la politique par les médias, opérer un transfert des notions de « diasporique » ou de « fugitif » des publics de téléspectateurs aux publics de citoyens. Dans de nombreuses situations, les particuliers se sentent obligés par un sens de la responsabilité partagée avec leurs pairs, ils ont le sentiment d'endurer les mêmes épreuves et d'être exposés aux mêmes événements, ils assistent impuissants, mais pas indifférents, au spectacle du monde, ils se sentent concernés par des enjeux qui excèdent la sphère de leurs affaires personnelles. Ils ont le sens de prendre part à un public, sans pour autant aller voter ou prendre les armes. Le souci du bien public, sans doute fugace et retors, dispersé dans des petites situations, pas toujours assumé comme tel, menacé par les dérives du particularisme, est pourtant bel et bien là.

Le public politique peut donc prendre de nombreux visages, plus ou moins minimalistes. Public à la Dewey, ombre portée des petites républiques de Jefferson ou public à la Tarde, mystérieux collectif dont procèdent des mouvements d'opinion ; public concret, bruisant de conversations en face-à-face dans des milieux

associatifs ou public virtuel, composé de militants électroniques assis devant leurs consoles ; public de la contagion, connecté sur la réception des médias et se propageant au gré des ondes du bavardage et du commérage et public de la délibération, respectant des règles de discussion rationnelle et des grammaires de la parole publique ; public niché au creux des agencements socio-techniques, public convoqué par les dispositifs d'action publique, public cristallisant au cœur de la configuration d'un événement, public compatissant au spectacle de souffrances distantes, public se mobilisant dans des réseaux d'action collective... La curiosité pour les publics oscille entre la version forte de l'auto-gouvernement par un collectif autonome (la démocratie associative ou la république conseilliste) et les versions plus faibles du « voir avec » (la réception partagée du public télévisuel) ou du « vivre avec » (l'indifférence civile du public urbain). Dans tous les cas, elle est confrontée à une ambivalence, à une richesse et à une vitalité des figures de l'engagement public, qui relativise le désenchantement. Conviction optimiste, peut-être, en regard du pouvoir symbolique des industries culturelles ou de la pesanteur institutionnelle des politiques publiques. Mais conviction qui, sans substituer l'espoir au savoir, invite à penser autrement nos engagements quotidiens.

## BIBLIOGRAPHIE

- Allard L. (1992). « Pluraliser l'espace public : esthétique et médias ». *Quaderni*, 18, p. 141-159.
- Allard L. (1999). « Espace public et sociabilité esthétique : étude d'un caméra club ». *Communications*, 68, p. 207-237.
- Ang I. (1985). *Watching Dallas*. Londres : Methuen.
- Auray N. (2002). « De l'éthique à la politique : l'institution d'une cité libre ». *Multitudes*, 8, p. 171-180.
- Barbot J. (2001). *Les malades en mouvement. La médecine et la science à l'épreuve du sida*. Paris : Balland.
- Barry A. (2001). *Political Machine : Governing a Technological Society*. Londres : The Athlone Press.
- Beaud P. & Quéré L. (eds) (1994). Les théories de la réception, *Réseaux*, 68.
- Beaudoin V. & Velkovska J. (1999). « Constitution d'un espace de communication sur Internet ». *Réseaux*, 99, p. 121-179.
- Becker H. (1988). *Les mondes de l'art*. Paris : Flammarion.
- Berelson B. & Lazarsfeld P. (1954). *Voting : A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*. Chicago : University of Chicago Press.
- Boltanski L. (1990). « La dénonciation », in Id., *L'Amour et la justice comme compétences*. Paris : Métailié.

- Boltanski L. (1993). *La souffrance à distance. Morale humanitaire, médias et politique*. Paris : Métailié.
- Boltanski L. & Thévenot L. (1991). *De la justification. Les économies de la grandeur*. Paris : Gallimard.
- Boullier D. (1987). *La conversation télé*. Rennes : Lares.
- Bourdieu P. (1979). *La distinction. Critique sociale du jugement*. Paris : Minuit.
- Bourdieu P., Boltanski L., Castel R. & Chamboredon J.-C. (1965). *Un art moyen. Essai sur les usages sociaux de la photographie*. Paris : Minuit.
- Bourdieu P. & Darbel A. (1966). *L'amour de l'art*. Paris : Minuit.
- Brown M. E. (ed.) (1990). *Television and Women's Culture*. Londres : Sage.
- Brown M. E. (1994). *Soap Opera and Women's Talk*. Londres : Routledge.
- Brundson C. (1983). « Crossroads : Notes On a Soap Opera », in E. Kaplan (ed.), *Regarding Television : Critical Approaches. An Anthology*. Frederick : University Publications of America.
- Brundson C., Morley D. (1978). *Everyday Television*. Londres : British Film Institute.
- Buckingham D. (1987). *Public Secrets : EastEnders and Its Audience*. Londres : British Film Institute.
- Calhoun C. (ed.) (1992). *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge (MA) : MIT Press.
- Callon M., Lascoumes P. & Barthe Y. (2001). *Agir dans un monde incertain. Essai sur la démocratie technique*. Paris : Seuil.
- Callon M. & Rabeharisoa V. (1999). « Gino ou la leçon d'humanité ». *Réseaux, Science, malades et espace public*, 95, p. 197-235.
- Cardon D. (1995a). « "Chère Ménie..." Émotions et engagements de l'auditeur de Ménie Grégoire ». *Réseaux*, 70, p. 41-79.
- Cardon D. (1995b). « Comment se faire entendre ? Les prises de parole des auditeurs de RTL ». *Politix*, 31.
- Cardon D., Heurtin J.-P. & Lemieux C. (1995). « Parler en public ». *Politix*, 31, p. 5-19.
- Cardon D. & Heurtin J.-P. (1999). « La critique en régime d'impuissance. Une lecture des indignations des auditeurs de France Inter », in B. François & é. Neveu (eds), *Espaces publics mosaïques*, Rennes : Presses universitaires de Rennes, p. 85-119.
- Cardon D., Heurtin J.-P., Martin O., Pharabod A.-S. & Rozier S. (1999). « Les formats de la générosité ». *Réseaux*, 95, p. 15-105.
- Cardon D., Heurtin J.-P., Pharabod A.-S. & Rozier S. (1998). « Mais qui fait bouger le compteur du Téléthon ? La sensibilité humanitaire et sa critique ». *Sciences sociales et santé*, 16 (3), p. 17-40.
- Cefaï D. (2002). « Qu'est-ce qu'une arène publique ? Quelques pistes pour une perspective pragmatiste », in D. Cefaï & I. Joseph (eds), *L'héritage du pragmatisme*. La Tour d'Aigues : Éditions de l'Aube, p. 51-83.
- Cefaï D. & Joseph I. (eds) (2002). *L'héritage du pragmatisme. Conflits d'urbanité et épreuves de civisme*. La Tour d'Aigues : Éditions de l'Aube.
- Cefaï D. & Trom D. (eds) (2001). *Les formes de l'action collective. Mobilisations dans des arènes publiques*. Paris : Éditions de l'Ehess (« Raisons pratiques » 12).
- Certeau M. de (1979). « Pratiques quotidiennes » in G. Pujol & R. Labourie (eds), *Les cultures populaires*. Toulouse : Privat.
- Certeau M. de (1980). *L'invention du quotidien. Arts de faire*. Paris : UGE.
- Chalvon-Demersay S. (1996). « Une société élective. Scénarios pour un monde de relations choisies ». *Terrain*, 27, p. 81-100.

- Chalvon-Demersay S. (1998). « La mesure du public : approche généalogique de l'audience télévisuelle ». *Quaderni*, 35, p. 45-52.
- Chalvon-Demersay S. (1999). « La confusion des conditions : une enquête sur la série télévisée Urgences ». *Réseaux*, 95, p. 235-285.
- Chanial P. (ed.) (1992). *Quaderni. Les espaces publics*, 18.
- Charpentier I, Darras É., Lehingue P. & Pierru E. (2001). *Les pratiques culturelles des Français(e)s*. Rapport pour le ministère de la Culture. Amiens : Curapp.
- Chartier R. (1996). *Culture écrite et société*. Paris : Albin Michel.
- Chateauraynaud F. & Torny D. (1999). *Les sombres précurseurs. Une sociologie pragmatique de l'alerte et du risque*. Paris : Éditions de l'Ehess.
- Claverie É. (1999). « La naissance d'une forme politique. L'affaire du chevalier de la Barre », in P. Roussin (ed.), *Critique et affaires de blasphème à l'époque des Lumières*. Paris : Honoré Champion.
- Cohen P. (1996). « La communauté ouvrière et le conflit subculturel. L'East End en proie à la rénovation ». *Réseaux*, 80 [1re édition : 1972].
- Cooley C. H. (1902). *Human Nature and the Social Order*. New York : Charles Scribner's Sons.
- Cooley C. H. (1909). *Social Organization : A Study of the Larger Mind*. New York : Charles Scribner's Sons.
- Cottureau A. (1999). « Dénis de justice, dénis de réalité ». in P. Gruson & R. Dulong (eds), *L'expérience du déni*. Paris : Éditions de la Maison des sciences de l'homme.
- Cottureau A. & Ladrière P. (ed.) (1992). *Pouvoir et légitimité. Figures de l'espace public*. Paris : Éditions de l'Ehess (« Raisons pratiques » 3).
- Curran J. (1992). « La décennie des révisions. La recherche en communication de masse des années quatre-vingt ». *Hermès*, 11-12, p. 47-73.
- Czitrom D. (1982). *Media and the American Mind : From Morse to MacLuhan*. Chapel Hill : University of North Carolina Press.
- D'Acci J. (1994). *Defining Women : Television and the Case of Cagney and Lacey*. Chapel Hill : The University of North Carolina Press.
- Dahlgren P. (1995). *Television and the Public Sphere : Citizenship, Democracy, and the Media*. Londres : Sage.
- Darras É. (2003, sous presse). « La pluralité des réceptions féminines. Remarques sur quelques usages distanciés, imbriqués et identitaires des produits culturels », in O. Donnat (ed.), *Questions de culture*. Paris : La Documentation française.
- Dayan D. (ed.) (1989). *Le nouvel espace public*. *Hermès*, 4.
- Dayan D. (1992). « Les mystères de la réception ». *Le Débat*, 17, p. 146-162.
- Dayan D. (ed.) (1993). À la recherche du public. Réception, télévision, média. « Avant-Propos » et « Enjeux, débats ». *Hermès*, 11-12, p. 15-30.
- Dayan D. (2000). « Télévision, le presque-public ». *Réseaux*, 100, p. 427-456.
- Dayan D. & Katz E. (1996). *La télévision cérémonielle. Anthropologie et histoire en direct*. Paris : PUF.
- Descombes V. (1996). *Les institutions du sens*. Paris : Minuit.
- Dewey J. (1927). *The Public and Its Problems*. New York : Henry Holt & Co (trad. fr. et préface de J. Zask (2003). *Le public et ses problèmes*. Pau : Presses de l'Université de Pau/Farrago/Éditions Leo Scheer)
- Donnat O. (1994). *Les Français face à la culture. De l'exclusion à l'éclectisme*. Paris : La Découverte

- Donnat O. (1998). *Pratiques culturelles des Français. Enquête 1997*. Paris : La Documentation française.
- Eliasoph N. (1998). *Avoiding Politics : How Americans Produce Apathy in Everyday Life*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Emerson R. & Messinger S. (1977). « The Micro-Politics of Trouble », *Social Problems*, 25 (2), p. 121-134.
- Esquenazi J.-P. (2003). *Sociologie des publics*. Paris : PUF.
- Éthis E. (ed.) (2001). *Aux marches du palais. Le festival de Cannes sous le regard des sciences sociales*. Paris : La Documentation française.
- Éthis E. (ed.) (2002) *Avignon ou le festival réinventé*. Paris : La Documentation française.
- Fabiani J.-L. (1995). *Lire en prison. Une étude sociologique*. Paris : BPI.
- Fabiani J.-L. (2002). *Beautés du Sud. Sur quelques formes provençales à l'épreuve des jugements de goût*. Rapport de recherche. Marseille : Shadyc.
- Feuer J. (1989). « Reading Dynasty : Television and Reception Theory ». *South Atlantic Quarterly*, 88, 2.
- Fiske J. (1989). *Understanding Popular Culture*. Londres : Unwin Hyman.
- Fiske J. (1987). *Television Culture*. Londres : Methuen.
- François B. & Neveu É. (1999). « Introduction : Pour une sociologie politique des espaces publics contemporains », in Id. (eds), *Espaces publics mosaïques. Acteurs, arènes et rhétoriques des débats publics contemporains*. Rennes : Presses universitaires de Rennes, p. 13-58.
- Gamson W. (1992). *Talking Politics*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Gamson W. & Wolfsfeld G. (1993). « Movements and Media as Interacting Systems ». *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 528, p. 114-125.
- Gans H. (1979). *Deciding What's News : A Study of the CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time*. New York : Pantheon.
- Gitlin T. (1980). *The Whole World is Watching : Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley et Los Angeles : University of California Press.
- Gitlin T. (1996). « Illusions de la transparence, ambiguïtés de l'information. Remarques sur la mondialisation des communautés éphémères ». *Réseaux*, 76, p. 111-122.
- Goffman E. (1981). *Façons de parler*. Paris : Minuit.
- Goffman E. (1991). *Les cadres de l'expérience*. Paris : Minuit
- Goodwin J., Jasper J. M. & Polletta F. A. (2001). « Introduction : Why Emotions Matter », in Id. (eds), *Passionate Politics : Emotions and Social Movements*. Chicago : University of Chicago Press, p. 1-24.
- Granjon F. (2001). *L'Internet militant : Mouvement social et usages des réseaux télématiques*. Rennes : Éditions Apogée.
- Grignon C. & Passeron J.-C. (1982). « Sur les cultures populaires ». *Cahiers du CERCOM*, 4.
- Grignon C. & Passeron J.-C. (1989). *Le savant et le populaire*. Paris : Seuil-Gallimard.
- Gripsrud J. (1995). *Hollywood Television and Critical Media Studies*. Londres : Routledge.
- Gusfield J. (1981). *The Culture of Public Problems : Drinking-Driving and the Symbolic Order*. Chicago : University of Chicago Press.
- Habermas J. (1978). *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension*

- constitutive de la société bourgeoise*. Paris : Payot [1re édition : 1962].
- Habermas J. (1997). *Droit et démocratie. Entre faits et normes*. Paris : Gallimard.
- Hall S. (1980). « Encoding and Decoding in the Television Discourse », in S. Hall *et al.*, *Culture, Media, Language*. Londres : Hutchinson, p. 128-138.
- Hebdidge D. (1979). *Subcultures : The Meaning of Style*. Londres : Routledge.
- Heinich N. (2000). « La sociologie et les publics de l'art », in R. Moulin (ed.), *Sociologie de l'art*. Paris : L'Harmattan.
- Hennion A. (1993). *La passion musicale*. Paris : Métailié.
- Hobson D. (1982). *Crossroads : The Drama of a Soap Opera*. Londres : Methuen.
- Hodge R. & Tripp D. (1986). *Children and Television*. Londres : Quality Press.
- Hoggart R. (1970). *La culture du pauvre. Étude sur le style de vie des classes populaires en Angleterre*. Paris : Minuit. [1re édition : *The Uses of Literacy*, 1957].
- Honneth A. (1998). « Democracy as Reflexive Cooperation : John Dewey and the Theory of Democracy Today ». *Political Theory*, 26 (6), p. 763-783.
- Jenkins H. (1992). *Textual Poachers : Television Fans and Participatory Culture*. Londres : Routledge.
- Joseph I. (1978). « Résistances et sociabilités » *Cahiers de recherche du Groupe de recherches sur le procès de socialisation*, 3. Lyon : Université Lyon 2.
- Joseph I. (1981). « Eléments pour l'analyse de l'expérience de la vie publique ». *Espaces et sociétés*, 36, p. 57-76.
- Joseph I. (1998). *Erving Goffman et la microsociologie*. Paris : PUF.
- Joseph I. (1999). *La ville sans qualités*. La Tour d'Aigues : Éditions de l'Aube.
- Joseph I. (ed.) (1995). *Prendre place : espaces publics et culture dramatique*. Paris : Recherches-Plan Urbain.
- Jost F. (2001). *La télévision du quotidien. Entre réalité et fiction*. Bruxelles : De Boeck-INA.
- Katz E. & Lazarsfeld P. (1955). *Personal Influence : The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. New York : Free Press.
- Kim J., Wyatt R. O. & Katz E. (1999). « News, Talk, Opinion, Participation : The Part Played by Conversation in Deliberative Democracy ». *Political Communication*, 16, p. 361-385
- Lang K. & Lang G. (1968). *Television and Politics*. Chicago : Quadrangle [rééd. New Brunswick (NJ) : Transaction Pub, 2001].
- Lang K. & Lang G. (1983). *The Battle for Public Opinion : The President, the Press, and the Polls during Watergate*. New York : Columbia University Press.
- Latour B. & Hermant É. (1998). *Paris, ville invisible*. Paris : Synthélabo et La Découverte.
- Lazarsfeld P., Berelson B. & Gaudet H. (1948). *The People's Choice*. New York : Columbia University Press.
- Le Grignou B. & Neveu É. (1991). « Émettre la réception : préméditation et réceptions de la politique télévisée ». *Réseaux*, Hors série, p. 65-98.
- Lefort C. (1976). *Un homme en trop. Sur l'Archipel du Goulag d'Alexandre Soljenitsyne*. Paris : Seuil
- Lefort C. (1981). *L'Invention démocratique. Les limites de la domination totalitaire*. Paris : Fayard.
- Le Guern P. (2002). *Les cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes*. Rennes : Presses universitaires de Rennes.

- Lewis L. (1992). *The Adoring Audience : Fan Culture and Popular Media*. Londres : Routledge.
- Lichter P. (1996). *The Search for Political Community : American Activists Reinventing Commitment*. New York : Cambridge University Press.
- Licoppe C. (2002). « Sociabilités et technologies de communication. Deux modalités d'entretien des liens interpersonnels dans le contexte du déploiement des dispositifs de communication mobiles ». *Réseaux*, 112-113, p. 171-211.
- Liebes T. & Katz E. (1990). *The Export of Meaning : Cross-Cultural Readings of Dallas*. New York : Oxford University Press.
- Lippmann W. (1922). *Public Opinion*. New York : Macmillan.
- Lippmann W. (1925). *The Phantom Public*. New York : Harcourt.
- Livingstone S. M., Lunt P. K. (1994). *Talk on Television : Audience Participation and Public Debate*. Londres : Routledge.
- Lolive J. (1999). *Les contestations du TGV Méditerranée. Projet, controverse et espace public*. Paris : L'Harmattan.
- Lull J. (1990). *Inside Family Viewing : Ethnographic Research on Television's Audience*. Londres : Routledge.
- Macé É. (2000-2001). « Qu'est-ce qu'une sociologie de la télévision ? ». *Réseaux*, 18, 104 : p. 245-288 et 19, 105 : p. 199-242.
- Maigret É. (1995). « Strange grandit avec moi. Sentimentalité et masculinité chez les lecteurs de bandes dessinées de super-héros ». *Réseaux*, 70, p. 79-103.
- Maigret É. (2003). *Sociologie de la communication et des médias*. Paris : Colin.
- Manin B. (1995). *Principes du gouvernement représentatif*. Paris : Calmann-Lévy.
- McRobbie A. (1991). *Feminism and Youth Culture : From 'Jackie' to 'Just Seventeen'*. Boston : Hyman.
- Mead G. H. (1962). *Mind, Self, and Society : From the Standpoint of a Social Behaviorist*. C. Morris (ed.), Chicago : University of Chicago Press.
- Mehl D. (1996). *La télévision de l'intimité*. Paris : Seuil.
- Merlin H. (1991). « Figures du public au xviii<sup>e</sup> siècle : le travail du passé », *Dix-huitième siècle*, p. 345-356.
- Merlin H. (1994a). *Public et littérature en France au XVII<sup>e</sup> siècle*. Paris : Éditions des Belles Lettres.
- Merlin H. (1994b). « Paroles publiques et figures du public en France dans la première partie du xvii<sup>e</sup> siècle », *Politix*, 26, p. 51-66.
- Meyrowitz J. (1985). *No Sense of Place : The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. Oxford : Oxford University Press.
- Modleski T. (1982). *Loving with a Vengeance : Mass-Produced Fantasies For Women*. Londres : Methuen.
- Molotch H. & Lester M. (1975). « Accidental News : The Great Oil Spill as Local Occurrence and National Event ». *American Journal of Sociology*, 81 (2), p. 235-260.
- Morley D. (1980). *The Nationwide Audience : Structure and Decoding*. Londres : British Film Institute.
- Morley D. (1986). *Family Television : Cultural Power and Domestic Leisure*. Londres : Comedia.
- Morley D. (1992). *Television, Audiences and Cultural Studies*. Londres : Routledge.
- Morley D. & Robbins K. (1995). *Spaces of Identity : Global Media, Electronic Landscapes, and Cultural Boundaries*. Londres et New York : Routledge.

- Neveu É. (1998). « Media and Politics in French Political Science ». *European Journal of Political Research*, 33 (4), p. 439-458.
- Neveu É. (1999). « Médias, mouvements sociaux, espaces publics ». *Réseaux*, 98, p. 17-84.
- Neveu É. & Quéré L. (eds) (1996). Le temps de l'événement, *Réseaux*, 75 et 76.
- Park R. E. (1940). « News as a Form of Knowledge », repris in *Society : Collective behavior, News and Opinion* (1955). Glencoe : The Free Press.
- Park R. E. (1941). « News and the Power of the Press », repris in *Society : Collective Behavior, News and Opinion* (1955). Glencoe : The Free Press.
- Park R. E. (1955). *Society*. Glencoe : The Free Press.
- Park R. E. (1971). *The Crowd and the Public*. Chicago : University of Chicago Press [1re édition : 1904].
- Pasquier D. (1994). « Vingt ans de recherche sur la télévision : une sociologie post-lazarsfeldienne ». *Sociologie du travail*, 36 (1), p. 63-84.
- Pasquier D. (1999). *La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents*. Paris : Éditions de la Maison des sciences de l'homme.
- Passeron J.-C. (1994). « Littérature et sociologie : retour sur Richard Hoggart », in P.-M. Menger & J.-C. Passeron (eds), *L'Art de la recherche*. Paris : La Documentation française.
- Pedler E. (2002). *Entendre l'opéra*. Paris : L'Harmattan.
- Peters J. D. (1999). *Speaking Into the Air : A History of the Idea of Communication*. Chicago : University of Chicago Press.
- Press A. (1991). *Women Watching Television : Gender, Class and Generation in the American Television Experience*. Philadelphie : University of Pennsylvania Press.
- Pharo P. (1985). *Le civisme ordinaire*. Paris : Méridiens-Klincksieck.
- Quéré L. (1982). *Des miroirs équivoques. Aux origines de la communication moderne*. Paris : Aubier.
- Quéré L. (1990). « L'opinion : l'économie du vraisemblable. Introduction à une approche praxéologique de l'opinion publique ». *Réseaux*.
- Quéré L. (1995). « L'espace public comme lieu de l'action collective », in I. Joseph (ed.), *Prendre place. Espaces publics et culture dramatique*. Paris : éditions Recherches-Plan Urbain.
- Quéré L. & Pharo P. (eds) (1990). *Les formes de l'action*. Paris : Éditions de l'Ehess (« Raisons pratiques » 1).
- Radway J. (1984). *Reading the Romance : Women, Patriarchy, and Popular Literature*. Chapel Hill : University of North Carolina Press.
- Relieu M. & Brock F. (1995). « L'infrastructure conversationnelle de la parole publique. L'analyse des réunions politiques et des interviews télédiffusées ». *Politix*, 31, p. 77-112.
- Ricœur P. (1983). « La triple mimesis », in Id., *Temps et récit*. Paris : Seuil.
- Rorty R. (1995). *L'Espoir au lieu du savoir. Introduction au pragmatisme*. Paris : Albin Michel.
- Rosanvallon P. (2003). *Pour une histoire conceptuelle du politique*. Paris : Seuil.
- Schudson M. (1997). « Why Conversation Is not the Soul of Democracy ». *Critical Studies in Mass Communication*, 14, p. 297-309.
- Seiter E., Kreutzner G., Warth E. M. & Borchers H. (eds) (1989). *Remote Control : Television Audiences and Cultural Power*. Londres : Routledge.

- Sorlin P. (1992). « Le mirage du public », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, 39.
- Tarde G. (1901). *L'Opinion et la foule*. Paris : Alcan [réédition PUF, 1989].
- Tassin É. (1991). « Espace commun ou espace public ? L'antagonisme de la communauté et de la publicité ». *Hermès*, 10, p. 23-37.
- Tassin É. (1999). *Le trésor perdu. Hannah Arendt l'intelligence de l'action politique*. Paris : Payot.
- Thévenot L. (1999). « Faire entendre une voix. Régimes d'engagement dans les mouvements sociaux ». *Mouvements*, 3, p. 73-82.
- Thévenot L. (ed.) (2003). *Politiques du proche* (à paraître).
- Thireau H. & Hua Linshan (1996). *Enquête sociologique sur la Chine 1911-1949*. Paris : PUF.
- Thireau I. & Wang H. (eds) (2001). *Disputes au village chinois. Formes du juste et recompositions locales de l'équité*. Paris : Éditions de la Maison des sciences de l'homme.
- Trom D. & Laborier P. (eds) (2003). *Historicités de l'action publique*. Paris : PUF.
- Tuchman G. (1978). *Making News : A Study in the Construction of Reality*. New York : The Free Press.
- Veyrat-Masson I. & Dayan D. (eds) (1994). *Espaces publics en images*. *Hermès*, 13-14.
- Wallas G. (1914). *The Great Society : A Psychological Analysis*. New York : Macmillan.
- Willis P. (1978). *Profane Culture*. Londres : Routledge.
- Wyatt R., Katz E. & Kim J. (2000). « Bridging the Spheres : Political and Personal Conversation in Public and Private Spaces ». *Journal of Communication*, p. 71-92.
- Zask J. (1999). *L'Opinion publique et son double*. Paris : L'Harmattan, 2 volumes.
- Zask J. (2003). *Art et démocratie. Peuples de l'art*. Paris : PUF.