

Janusz Lalewicz

La notion de public et le problème de lien social

Literary Studies in Poland 9, 85-96

1983

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Janusz Lalewicz

La Notion de public et le problème de lien social

1. Deux notions de public

A. L'une des notions fondamentales de toutes disciplines s'occupant de communication de type massif ou de diffusion – la théorie de la sociologie ou l'histoire de la communication de masse, de la communication artistique, littéraire, etc. ainsi que de la propagande et de la publicité – est la notion de récepteur collectif ou de la collectivité assumant dans le processus de communication le rôle de récepteur, de public. Comme dans ces considérations il s'agit de notion et non d'appellation, ce terme est traité comme un équivalent de tous autres termes utilisés dans diverses disciplines et différentes écoles pour désigner une telle collectivité, notamment les termes de: récepteur, lecteur, récepteurs, lecteurs, auditoire (ce que l'on peut considérer comme l'équivalent du terme *audience* particulièrement répandu dans les travaux anglo-saxons), etc. Cette diversité de noms découle en partie simplement de la variété des traditions terminologiques – la terminologie dans ce domaine n'est pas fixée, comme on le sait – souvent cependant elle implique une façon différente de comprendre et de décrire ce récepteur collectif. Une de ces différences – l'opposition de deux modes d'entendre la structure sociologique de la collectivité des récepteurs – sera justement l'objet de ce propos.

Il n'est en effet pas difficile de remarquer que le public est entendu dans la littérature de l'objet soit comme un ensemble de récepteurs individuels, soit comme une certaine entité – un groupe social. Et quand on parle des «réactions» ou «comportements»

du public, on considère, respectivement, soit des généralisations statistiques des comportements individuels des récepteurs, soit des phénomènes ou « comportements » collectifs au sens strict.

Dans la première des approches citées – que nous appellerons dans la suite de ce propos distributionnelle – la caractéristique du public se ramène à deux points:

1) la caractéristique des éléments de l'ensemble – des récepteurs individuels – que l'on généralise parfois par l'introduction d'une certaine construction notionnelle: le récepteur moyen, typique ou représentatif de la collectivité donnée;

2) la caractérisation à certains égards de la totalité de l'ensemble, notamment la détermination de sa grandeur et, éventuellement, la répartition en sous-ensembles distingués en fonction de certains critères importants du point de vue des recherches (par exemple l'âge, le sexe, l'instruction ou le status social des récepteurs).

Pour ce qui est de la deuxième approche – appelée dans la suite intégrationnelle – la caractéristique du public c'est, indépendamment du caractère de l'ensemble des récepteurs, servant en quelque sorte de substrat aux phénomènes collectifs, la détermination de tout ce que la collectivité donnée représente en plus à l'échelon du groupe: les opinions, attitudes et conduites réceptrices communes aux membres de cette collectivité – autrement dit collectives.

B. L'opposition de ces deux manières de comprendre le récepteur collectif peut être, comme il est aisé de s'en rendre compte, interprétée et justifiée à deux plans: soit comme une opposition de deux types d'objets de recherche – des collectivités considérées, soit comme une opposition de deux modes de définition et d'analyse du même objet. Et il ne fait pas de doute que l'utilisation de la première ou de la deuxième notion dépend, dans des cas particuliers, tant des principes théoriques et méthodologiques de la discipline ou de l'école données, que du genre des objets étudiés. L'approche intégrationnelle s'impose naturellement dans l'analyse d'une collectivité relativement peu nombreuse d'auditeurs d'une conférence ou de spectateurs d'une pièce de théâtre, réunis en un lieu et réagissant ensemble au spectacle ou au discours, alors qu'il serait difficile de traiter la collectivité nombreuse et dispersée de tous les lecteurs de la littérature d'une société donnée autrement que comme un ensemble au sens logique.

Par ailleurs cependant il est difficile de ne pas voir que la notion intégrationnelle du public est plus souvent utilisée dans la réflexion théorique et philosophique sur la culture et la communication, ou dans la théorie du théâtre, alors que dans les recherches sur la lecture, la communication de masse ou la propagande, et dans d'autres recherches menées avec les méthodes sociologiques, on emploie en règle générale la notion distributionnelle. Il en découle nettement que le public est entendu d'une manière intégrationnelle surtout dans les réflexions découlant de la tradition philosophique ou de la réflexion culturelle « humaniste », alors que dans les recherches liées à la perspective épistémologique de la sociologie empirique — y compris son phénoménalisme radical et le nominalisme propre aux sciences formées conformément aux traditions positivistes, caractéristique aussi des sciences sociales dans les pays anglo-saxons fortement entachées du behaviorisme américain — ou utilise généralement, sinon exclusivement, l'approche distributionnelle.

C. Cette répartition des emplois des deux notions dans les différents domaines des recherches n'est pas resté sans influencer le mode et le degré de leur élaboration théorique. La notion distributionnelle de public est une notion beaucoup plus précise et opératoire en tant qu'instrument de recherche que la notion intégrationnelle quelque peu vague et spéculative, qui reste toujours une notion plus philosophique que scientifique. Cependant l'abandon de l'approche intégrationnelle de la réception collective en tant qu'instrument de recherche insuffisamment efficace, au profit de l'approche distributionnelle théoriquement bien définie et vérifiée dans les recherches empiriques, ne serait qu'apparemment justifié. La notion intégrationnelle du public est indispensable pour décrire et éclaircir de nombreux phénomènes du domaine de la réception, que l'on ne saurait traiter comme une somme ou une moyenne des phénomènes de niveau individuel, étant donné qu'ils présentent des traits distincts — et des conditionnements distincts — au niveau de la collectivité.

Des exemples éloquentes de tels phénomènes sont fournis par l'analyse diachronique du succès du livre. En admettant que le public est uniquement un ensemble de lecteurs et le fonctionnement du public — une somme, une moyenne ou une dérivée des comportements individuels, et se prêtant à l'explication en tant qu'individuels, des lecteurs qui le composent, on ne saurait comprendre

comment et pourquoi quelque livre commence à un certain moment de susciter un intérêt général (dans la collectivité donnée), devient un objet de discussions vivantes tant dans la presse et dans la vie scientifique que dans la vie de société — pour, après un certain temps, être éliminé de la circulation, un intérêt également universel passant à d'autres livres. Si nous ne voulons pas admettre quelque conformité miraculeuse des intérêts et des appréciations individuelles des lecteurs ni une synchronisation non moins surnaturelle des changements de ces intérêts et appréciations individuels, il nous faut admettre que nous avons affaire à des comportements collectifs — des comportements du public en tant qu'entité — appelant une explication par référence aux mécanismes fonctionnant au niveau de la collectivité et non à celui des individus. Les intérêts communs et l'opinion commune ne peuvent se former et se maintenir sans une certaine intégration du groupe, sans possibilité de transmission et d'échanges, de concertation et de propagation des opinions au sein de ce groupe. C'est pourquoi l'approche intégrationnelle du public devrait, semble-t-il, être précisée et rendue opératoire plutôt que rejetée parce qu'elle est imprécise.

2. Le public en tant qu'ensemble de récepteurs

A. La notion distributionnelle du public ne pose pas de problèmes théoriques essentiels. Il convient toutefois de se pencher sur les manières de distinguer les récepteurs considérés dans les diverses recherches sociologiques, pour pouvoir établir quelles collectivités sont définies comme public. Secondement, il faut considérer sous certains rapports la caractéristique structurelle de telles collectivités, car cette caractéristique indique les possibilités et les conditions de formation des rapports sociaux qui peuvent transformer l'ensemble des récepteurs en public au sens intégrationnel.

Les critères à partir desquels sont distingués les ensembles des récepteurs pris en considération dans divers types de recherches, peuvent être répartis dans trois groupes:

1) Par référence à l'objet de la réception, c'est-à-dire du message reçu ou de la classe des messages, on distingue des ensembles tels que: les spectateurs d'un spectacle théâtral donné ou les auditeurs d'une émission radiophonique, les lecteurs des *Fleurs du Mal*, les

lecteurs de V. Hugo, les lecteurs d'un roman à suspense, les lecteurs de la collection de vulgarisation scientifique « Omega » ou les lecteurs des oeuvres d'affabulation.

2) Quand on parle de public théâtral ou radiophonique, des récepteurs des émissions télévisées ou de la presse illustrée, des lecteurs de livres ou des récepteurs des textes éphémères, on considère des collectivités de récepteurs distinguées par référence à un certain système de communication, c'est-à-dire un certain medium ou un certain réseau de diffusion.

3) Par référence à la structure de la société à laquelle appartiennent les récepteurs étudiés – ses divisions de classe, ses couches, ses divisions professionnelles, locales, etc. – on distingue des collectivités telles que : public bourgeois, ouvrier, rural et récepteur jeune ou lecteurs instruits.

Parfois les collectivités étudiées sont, évidemment, distinguées à partir d'une combinaison de nombreux critères des différents groupes (p. ex. les jeunes lecteurs de la presse d'information générale des localités de la banlieue de Varsovie).

On considère comme public certaines seulement des collectivités ainsi distinguées. On n'appelle plutôt pas public l'ensemble de lecteurs de Dante ou l'ensemble des lecteurs de la *Divine Comédie* – quoique de tels ensembles soient l'objet de considérations des historiens de la littérature étudiant la réception de telle oeuvre ou de tel auteur – ni aucun autre ensemble constituant uniquement des constructions logiques auxquelles ne répond pas une réalité socio-historique. Nous parlons de public quand nous avons affaire à des récepteurs appartenant à une même société et composant une collectivité homogène sous certains rapports sociologiquement pertinents (ce qui exclut par exemple l'ensemble des lecteurs de la littérature, aux yeux bleus).

Quoique dans les recherches sur différentes formes de communication directe on appelle public par exemple l'auditoire d'un discours ou les spectateurs d'un spectacle, dans les considérations ayant pour objet la diffusion il semble opportun de réserver ce terme à des collectivités relativement stables ; les récepteurs d'une émission radiophonique ou les lecteurs d'un feuilleton d'un hebdomadaire, sont des ensembles trop éphémères, fortuits et non autonomes dans leur fonctionnement pour pouvoir les considérer comme un public.

B. La collectivité considérée comme un public au sens distributionnel est toujours, d'une certaine manière, structurée.

Tout d'abord en effet, c'est une partie d'une certaine société, et de ce fait agissent en son sein toutes les divisions et tous les rapports sociaux propres à cette société.

Secondement, une certaine structuration de l'ensemble des récepteurs est imposée par la caractéristique de la technique donnée de diffusion et par la construction du réseau de diffusion. Ainsi par exemple l'auditoire d'un discours est un ensemble quantitativement peu important d'auditeurs réunis ensemble en un lieu et ayant entre eux un contact direct, alors que l'auditoire radiophonique est un ensemble plusieurs fois plus grand et spatialement dispersé. Les auditeurs radiophoniques composent donc une collectivité dispersée — un ensemble d'hommes écoutant le communiqué simultanément, mais isolés les uns des autres au plan de la communication. Dans le cas de la presse disparaît également la simultanéité de la réception; les lecteurs de la presse forment une collectivité dispersée spatialement et temporellement.

Si cependant on peut traiter la réception du journal ou de l'hebdomadaire comme simultanée à l'échelle du calendrier, la réception du livre — vu le mode de fonctionnement du réseau de distribution d'une part, et la permanence du message livresque de l'autre — est temporellement dispersée également à cette échelle. Les lectures particulières — et les lecteurs particuliers — forment des ensembles temporellement et spatialement beaucoup plus dispersés que dans le cas des moyens de communication de masse.

Les oeuvres littéraires (également les philosophiques), qui se maintiennent dans le circuit de la lecture pendant de nombreuses générations, créent une situation encore plus compliquée. L'ensemble des lecteurs du texte donné doit être considéré non pas tant comme une collectivité dispersée dans le temps, mais comme un ensemble de telles collectivités (publics au sens distributionnel) dispersées temporellement à l'échelle historique.

Il n'est pas difficile de voir les dépendances existant entre une telle structuration de l'ensemble des récepteurs, déterminée par la caractéristique du substrat social et par les propriétés du système de diffusion donné, et la possibilité d'intégrer cette collectivité, c'est-à-dire de former en elle (ou à partir d'elle) un public au sens

intégrationnel. L'auditoire de l'orateur forme naturellement un tel public intégré, alors que l'ensemble des lecteurs d'un livre est, de par sa nature, une collectivité dispersée — un ensemble de lecteurs individuels indépendants les uns des autres et communicativement isolés. Ils ne peuvent former une collectivité intégrée de lecteurs que dans le cas où quelques relations sociales nouvelles, indépendantes des relations communicatives impliquées naturellement par la réception, les unissent.

3. Notion intégrationnelle du public

A. Dans la première partie de cette esquisse étaient énumérés des exemples de phénomènes de communication dont l'analyse et l'explication appellent l'introduction du concept de comportement collectif et, chose qui s'ensuit, de la notion de collectivité intégrée, se comportant en tant qu'entité irréductible à la fonction arithmétique ou statistique de ses composantes. Pour préciser cette acception intégrationnelle du public, il faut éliminer les cas où l'on a affaire au niveau de la collectivité à quelque phénomène qui est quelque chose de plus qu'une généralisation statistique des phénomènes relevés au niveau des individus, et ensuite définir les conditions d'apparition et de fonctionnement de tels phénomènes collectifs.

Dans le cas de collectivité telles que les spectateurs au théâtre ou le public de l'orateur, où les traits de la collectivité sont évidents et relativement faciles à expliquer, ces problèmes peuvent ne pas sembler particulièrement importants sous le rapport théorique. L'importance théorique et pratique des questions sur les mécanismes intégrant les collectivités des récepteurs est en revanche très nette dans le cas des publics dispersés, tels que le public radiophonique ou littéraire, qui ne sont pas par nature des groupes intégrés et qui dans certaines conditions spécifiques seulement acquièrent le caractère de tels groupes. Aussi semble-t-il utile de considérer les conditions et les mécanismes d'intégration du public sur l'exemple du public par nature le plus dispersé, notamment le public littéraire.

B. L'unité d'attitudes, d'opinions et de comportements des récepteurs formant le public donné est généralement expliquée de deux manières.

Des fois on reconnaît, de façon explicite ou implicite, comme

source d'unité des attitudes et des opinions réceptrices, ce qui unit les récepteurs en tant qu'hommes appartenant par ailleurs à un groupe ou une catégorie sociale: à la même collectivité locale, à la même classe sociale, au même groupe professionnel, à la communauté de religion, à la même génération. Il semble cependant que ce genre de communauté n'est pas la condition suffisante pour former un public intégré. Ce qui unit les hommes en tant qu'habitants d'une région, travailleurs d'une entreprise, membres d'une organisation, ne les unit pas nécessairement comme lecteurs. De même la communauté de situation et d'expérience d'hommes appartenant à la même couche ou classe, à la même génération ou au même groupe professionnel, quoiqu'elle forme, à n'en pas douter, une mentalité semblable à certains égards, ne suffit pas par elle-même pour créer des intérêts et habitudes communs dans la sphère de la participation à la culture, une opinion commune et des comportements identiques. Le fait d'être paysan, artisan, catholique ou marxiste, ne détermine pas les modes de lecture et les opinions littéraires aussi directement et univoquement qu'on puisse considérer les lecteurs ruraux, catholiques, etc. comme des publics littéraires au sens intégrationnel. c'est-à-dire attribuer à des ensembles de lecteurs ainsi distingués une communauté d'attitudes envers la littérature en général et une communauté de réactions aux phénomènes littéraires particuliers. On ne saurait rendre compte des goûts, des opinions et des comportements des lecteurs si, en plus de la situation sociale et de l'expérience des récepteurs, on ne prend pas en considération leur équipement culturel, leurs expériences et les modèles littéraires qui, directement, forment les modes de lecture ainsi que les interprétations et les appréciations des lectures.

Par ailleurs, dans les travaux se référant à l'approche sémiotique de la culture, l'unité des comportements et des opinions des lecteurs dans le cadre des publics particuliers, s'explique justement par la ressemblance de leur équipement culturel, consu dans différents travaux plus ou moins largement: la ressemblance des « normes » ou des « codes de réception », la ressemblance de la culture littéraire (au sens proposé par Janusz Sławiński), ou enfin la ressemblance des normes ou codes tant littéraires qu'esthétiques, cognitifs, idéologiques, etc. Il est cependant évident que la ressemblance de forma-

tion littéraire ou culturelle peut expliquer uniquement une ressemblance générale des habitudes et des goûts, sans pouvoir expliquer la communauté d'intérêts et opinions concrets, ni la coïncidence diachronique des attitudes et des comportements des lecteurs. La ressemblance de compétence et la communauté des références littéraires, idéologiques, etc. ne suffit pas pour créer une opinion littéraire commune – et non seulement ressemblante à certains égards, des réactions communes – et non seulement de genre semblable – à des phénomènes culturels concrets. La communauté de comportements et d'opinions appelle une consonance, et donc une transmission et une circulation incessantes, parmi les membres du groupe, des informations, des intérêts et des appréciations, une formation des goûts et des opinions en commun, et non seulement sur des principes semblables.

C. Cette dernière remarque indique un élément essentiel de la formation des comportements collectifs. L'on sait que la condition de la formation et du fonctionnement d'un groupe social en tant que groupe est la communication entre ses membres. L'existence de relations de communication est également la condition de transformer la collectivité dispersée des lecteurs en un public intégré, possédant une opinion commune et participant en commun à la vie littéraire. La lecture a, par nature, un caractère individuel car elle arrache le lecteur à la participation à la vie sociale, l'engageant dans une manière solitaire de vivre le texte lu. Le texte lu et l'expérience de la lecture ne peuvent de ce fait devenir pour une collectivité des lecteurs une affaire commune – un objet d'intérêts communs, de réactions et d'appréciations communes – que dans la mesure où ils deviennent un objet de communication entre eux. La condition de former dans une collectivité données des opinions et comportements de lecture communs c'est l'existence dans cette collectivité d'interactions communicatives qui répondraient aux conditions suivantes:

1) elles créeraient des rapports de communications stables, intégrant la collectivité donnée – autrement dit elles formeraient un réseau de communication inter-groupe,

2) l'objet irréductible et stable de cette communication inter-groupe seraient les textes littéraires et leur lecture.

Le rapport de communication entre les lecteurs est la condition de les unir en une collectivité intégrée, alors que l'apparition, dans les contacts de communication qui les unissent, des lectures littéraires en tant que thème stable, est la condition de les associer en collectivité en tant que lecteurs.

D. Dans les civilisations pré-industrielles des attitudes et des opinions littéraires communes se formaient dans différentes sphères de la communication inter-groupe non institutionnalisée: dans le cadre des contacts de société, intellectuels, etc. Dans la culture contemporaine, la situation est plus complexe, tout d'abord du fait de l'apparition de la presse et de toutes sortes de moyen de communication de masse qui ont créé une nouvelle plate-forme de formation, d'échanges et de diffusion de l'opinion littéraire, secondement à cause de la forte institutionnalisation de la vie culturelle et de la participation à la culture.

a) Le rôle de la presse et des moyens de diffusion de masse est assez compliqué. Etant pour les lecteurs une source nouvelle, supplémentaire, d'information et d'opinions sur la littérature, les *mass media* complètent et développent leur culture littéraire et leurs expériences de lecture. Cependant, en diffusant l'opinion institutionnelle et professionnelle du milieu des spécialistes, ils influencent et, pour une grande part, remplacent l'opinion créée spontanément dans les contacts non institutionnels. Ainsi, d'une part, ils contribuent à la diffusion et à l'uniformisation des intérêts, des goûts et des appréciations du public, et, de l'autre, éliminent dans une certaine mesure le besoin et le sens des échanges d'opinions entre les lecteurs, et, par là même, la possibilité de se former parmi eux des opinions communes et des comportements communs.

Les recherches sur la propagande, l'opinion publique et l'efficacité d'action des moyens de diffusion de masse nous apprennent cependant que les idées propagées par les *mass media* ne sont pas tout simplement intégrées (ou rejetées) par les récepteurs, mais deviennent plutôt un stimulant pour la collectivité donnée qui crée sa propre opinion dans le cadre des contacts inter-groupe. Analogiquement, le savoir et les opinions sur la littérature propagés par la presse, forment les opinions des collectivités particulières de lecteurs dans la mesure où ils sont intégrés dans les échanges d'opinions inter-groupe. On peut donc supposer que, dans les collectivités

où ne fonctionnent pas une telle diffusion et un tel échange d'opinions intégrant les lecteurs, la réception des moyens de diffusion de masse complète principalement et actualise et développe la culture individuelle des lecteurs, alors que là où de tels rapports de communication intégrant la collectivité existent, elle influence — d'une manière complexe — la formation des goûts et opinions communs chez les lecteurs.

b) Les institutions de participation à la culture créent des contacts de communication, généralement occasionnels, mais dans nombre de milieux assez nombreux et assez universels pour compter avec eux, dans le cadre desquels s'accomplissent la diffusion et les échanges d'opinions. Très souvent ces contacts visent en même temps à orienter les intérêts des lecteurs et à diffuser une idéologie littéraire définie. Ils mettent de ce fait en place des mécanismes d'intégration de la collectivité des lecteurs, et forment plus ou moins ses comportements et opinions.

E. La lecture et la communication sur la littérature sont toujours — sauf le milieu des professionnels — une certaine composante secondaire de l'activité humaine, tant au niveau des individus qu'à celui de la collectivité. Aussi les liens unissant les hommes en tant que lecteurs ne créent une communauté d'opinions et de comportements qu'à un plan de la vie sociale, généralement secondaire et plus ou moins distant du plan de l'activité fondamentale, par exemple dans la vie de société ou dans la sphère de l'activité ludique. Cependant les modes de distinction des différentes sphères de la vie sociale et de leur association fonctionnelle varient suivant les cultures et les groupes sociaux, au résultat de quoi les échanges d'opinions littéraires sont attribués à différentes sphères de la vie de la société et y jouent des rôles diversifiés.

Les élites de cour, dans certaines sociétés féodales, peuvent être un exemple de collectivités où les liens intégrant le groupe englobent l'ensemble de la vie sociale, y compris le plan de la participation à la culture. Dans ce cas, la collectivité des lecteurs est un public au sens intégrationnel du seul fait qu'elle constitue un groupe social cohérent.

Le public théâtral contemporain en revanche peut être une illustration d'une situation à certains égards opposée. Les liens unissant les spectateurs de théâtre en tant que spectateurs de théâtre sont

occasionnels et limités à une sphère étroite de leur vie individuelle et collective. Cette sphère, la seule où ils peuvent former une certaine communauté d'idées et d'attitudes, est de ce fait séparée des autres sphères de leur activité, et la communauté ainsi formée n'a pas d'importance spéciale pour les dimensions de leur participation à la vie sociale par lesquelles ils se définissent en tant que membres de la société.

Trad. par *Lucjan Grobelak*