

Bernard Miège, *La société conquise par la communication. 2. La communication entre l'industrie et l'espace public*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 1997, 216 p.

Jean-Guy Lacroix

Number 28, 1997

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1002889ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1002889ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Département de sociologie - Université du Québec à Montréal

ISSN

0831-1048 (print)

1923-5771 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this review

Lacroix, J.-G. (1997). Review of [Bernard Miège, *La société conquise par la communication. 2. La communication entre l'industrie et l'espace public*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 1997, 216 p.] *Cahiers de recherche sociologique*, (28), 177–180. <https://doi.org/10.7202/1002889ar>

la clientèle enfantine (service de garde, responsabilité parentale après la désunion, enfants d'immigrants à l'école).

Daniel DAGENAI
Groupe interuniversitaire d'étude sur la postmodernité
Université du Québec à Montréal

Bernard Miège, *La société conquise par la communication. 2. La communication entre l'industrie et l'espace public*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 1997, 216 p.

Ce dernier livre de Bernard Miège — ancien président de l'Université Stendhal de Grenoble et professeur à l'Institut de la communication et des médias, fondateur du Groupe de recherche sur les enjeux de la communication (GRESEC) à la même université, où il est chercheur — fait un retour, huit ans après, sur le sujet de son livre intitulé également *La société conquise par la communication*, lequel avait reçu un très large et enthousiaste accueil. C'est la raison du sous-titre accompagnant l'ouvrage ici présenté.

D'entrée de jeu, l'auteur précise que son objectif n'est pas de se pencher de nouveau sur l'objet du premier livre, l'étude des logiques sociales autour desquelles s'organise la communication moderne. Il ajoute que son objectif n'est pas non plus de faire une mise à jour ou encore une adaptation du premier ouvrage sur le sujet, mais plutôt d'approfondir des questions qui n'y avaient pas été abordées (p. 5-6). De fait, il s'agit ici d'étudier la communication dans la continuité de son inscription dans des sociétés historiques tout en tenant compte des importants changements qui actuellement transforment dans les sociétés les cadres de référence et en mettant l'accent sur deux phénomènes conjoints: d'abord, le renforcement d'une conception de la communication d'ordre économique-technique; ensuite, l'emprise croissante du modèle des «relations publiques généralisées» ou modèle de la «communication généralisée» (p. 6-7).

L'auteur soutient deux points de vue se complétant l'un l'autre, qui sont développés chacun en trois chapitres.

Dans un premier temps, Miège insiste sur le fait que l'industrialisation croissante des activités communicationnelles se trouve à l'origine de changements majeurs dans le processus de la communication. Dans le premier chapitre, «Vers une nouvelle configuration», il montre que de nouvelles articulations relient les industries de réseaux,

les industries de matériels et les industries de programmes ou de contenus. Le deuxième chapitre, «Le déplacement vers les contenus», s'attache à étudier les nouvelles modalités du fonctionnement des industries de contenus qui se révèlent de plus en plus centrales dans le développement du secteur. Enfin, le troisième chapitre de cette première partie de l'ouvrage, «Aménagement des règles et positionnement stratégique», est consacré aux stratégies élaborées et adoptées par les acteurs occupant des positions-clés, ainsi qu'aux actions visant aussi bien la transformation des règlements en vigueur dans ce secteur que l'adoption de nouvelles réglementations nécessaires pour affronter les changements en cours.

Dans un second temps, l'auteur montre que l'espace public contemporain se morcelle, qu'il est de moins en moins un espace public politique d'argumentation et de débat et qu'il se construit à travers la fragmentation des pratiques culturelles ou informationnelles et leur médiation par les techniques. Il commence cette démonstration en traitant, dans le chapitre IV, «Un espace public morcelé et des pratiques individualisées», de l'évolution qui donne à l'espace public une image éclatée, parfois en correspondance avec la tendance à l'individualisation des pratiques informationnelles et culturelles. Dans le chapitre suivant, «La médiatisation par la technique», Miège s'emploie à établir un lien entre cette évolution et les processus par lesquels les techniques d'information et de communication s'insèrent dans les sociétés contemporaines. Finalement, dans son sixième chapitre, «Des tendances ambivalentes», l'auteur scrute trois terrains bien différents — l'appareil éducatif, la recomposition des territoires et la gestion marchande de la vie quotidienne — pour en dégager le résultat de l'interaction des deux mouvements ayant présidé à l'organisation de chaque partie du livre dans les secteurs d'activité où la mise en marché des activités sociales (la marchandisation) ne s'est pas encore faite ou demeure incomplète.

Ce deuxième ouvrage de Bernard Miège s'intéressant à l'«envahissement» de la société par la communication, à une «conquête» non pas progressive, mais brutale, impétueuse, sans compromis, hégémonique, ou du moins quasi hégémonique, est un ouvrage d'une grande qualité. Il est bien fouillé, bien appuyé sur un ensemble de discussions avec des auteurs qui se sont penchés sur les phénomènes sociaux assaillant ou modelant la société à l'aube du troisième millénaire, ainsi que sur des faits, des observations, des données. Cela donne à l'argumentation de Miège beaucoup de force et constitue un matériel très précieux d'appui et de stimulation de la réflexion et de l'inspiration. Dans l'espace que doit occuper une recension, une analyse approfondie de chaque chapitre d'un tel ouvrage est impossible. Aussi vais-je me limiter à pointer quelques éléments de son argumentation qui me semblent les plus importants sur plan sociologique.

Dans la première partie de l'ouvrage, l'auteur met en place la toile de fond nécessaire pour attaquer de façon compréhensive le cœur de la thèse qui est développée surtout dans la seconde partie du livre. Je considère comme un indicateur significatif de ce fait la section absolument passionnante du chapitre IV où Miège traite de la quête pour une théorie de l'action (p. 133-140). Dans cette section, Miège commence par relever les critiques adressées à l'approche régulationniste de la convention, que Lipietz a qualifiée de «grand bond en arrière théorique», critique que l'auteur reprend à son compte dans l'intention d'aller plus loin. Mais d'abord, Miège revient aux travaux de Bourdieu sur «l'espace social global» et pose la question suivante: «Suffit-il dès lors à la suite de cet auteur de prendre appui sur une théorie de l'action qui ne soit pas le produit d'une conscience intentionnelle?» (p. 136). À cette interrogation, l'auteur répond non, malgré toute la pertinence de l'œuvre de Bourdieu, parce que la communication actuelle articule l'action et la production (p. 137). Elle met donc l'agir sous tension; ce constat conduit alors l'auteur à examiner les propositions d'Habermas à ce propos (c'est-à-dire l'agir communicationnel) pour souligner que «l'affirmation de l'obligation de communication et l'imbrication croissante des pratiques publiques et privées» (p. 139) se font dans un contexte de plus en plus complexe qui nécessite un renouvellement de la théorie de l'action.

Pour Miège, la possibilité de réaliser un tel renouvellement repose sur la prise en considération des éléments suivants: la liaison entre la production et l'action, entre l'organisation du travail et la vie privée, transformée par les répercussions des techniques d'information communication; la nécessité de situer les actions communicationnelles des acteurs sociaux par rapport à leurs «mondes vécus» et à un espace public d'argumentation, de débat et d'échanges sociaux de plus en plus morcelé, mais fournissant toujours les références minimales indispensables; le caractère non systémique de la violence symbolique, ce qui laisse de la place aux actes de résistance, aux actions autonomes d'affirmation de soi ou de positionnement de groupes sociaux; la prise en considération des changements en cours qui s'inscrivent dans la continuité historique des pratiques et des dispositifs institutionnels, c'est-à-dire le refus penser *a priori* les évolutions observées comme nécessairement porteuses de ruptures radicales, socioculturelles, à plus forte raison anthropologiques (ce qui constitue une critique radicale des thèses de Pierre Lévy) [p. 140].

D'autres sections de l'ouvrage sont tout aussi intéressantes et stimulantes pour la réflexion théorique et critique. J'en mentionnerai deux, à titre d'exemple. D'abord, celle du chapitre V portant sur l'insertion des techniques (p. 144-154) où Miège fait une critique

serrée du diffusionnisme et de la sociologie de la traduction de Callon et Latour. Puis, dans le même chapitre, la section qui aborde la nécessaire prise en considération de la longue durée (p. 154-162) pour bien saisir le rôle structurel des ajustements entre l'offre — dont l'antériorité est à souligner, surtout quand la technologie n'est pas stabilisée — et les pratiques de consommation (usages sociaux).

En conclusion, l'auteur examine certains scénarios possibles qui découleraient des changements en cours. Toutefois, il en privilégie un :

Le risque premier [...] est dans l'accentuation de la ségrégation informationnelle et culturelle; dans le travail comme dans la vie hors du travail les usagers seront de plus en plus des consommateurs, contraints d'accroître leurs dépenses monétaires dans un secteur qui restait encore largement semi-marchand. Les différences qui s'observent déjà entre les catégories ou les classes sociales, entre les pays et entre les organisations économiques elles-mêmes ont ainsi toutes chances de s'élargir. Là réside la face — toujours — cachée de la communication...(p. 207).

Et Miège ajoute, dans le dernier paragraphe :

[...] la dynamique ambiguë de la communication s'affirme plus que jamais: promesse de consensus, elle nous sert en même temps qu'elle divise les hommes et assure la domination de quelques-uns (p. 207).

Ce qui fait la force de l'ouvrage de Miège, c'est que, d'une part, les sections-clés de l'ouvrage, dont je n'ai pas fait ici le tour faute d'espace, sont très bien soutenues par d'autres sections à but plus informatif qu'argumentaire, et que, d'autre part, le tout est présenté avec beaucoup de cohérence. Bref, à mon avis, voilà un ouvrage incontournable pour la réflexion tant théorique que critique sur le phénomène de la communication actuelle et celle de demain très bientôt.

Jean-Guy LACROIX
Département de sociologie
Université du Québec à Montréal