

Revisiter le concept d'espace public à la lumière de deux objets frontières : l'économie solidaire et la BD.

Pour citer cette communication :

Dacheux E. « Revisiter le concept d'espace public à la lumière de deux objets frontières : l'économie solidaire et la BD », Dijon, SFSIC, 2010.

L'espace public n'est pas simplement un espace symbolique où se déploie la communication politique visant l'intérêt général. L'espace public doit être repensé dans toute sa complexité. Pour l'illustrer cette nécessité, nous prendrons deux objets, très peu étudiés par les SIC. Le premier est la bande dessinée. Cette dernière est un art de plus en plus reconnu, mais est-elle un média ? Répondre par l'affirmative conduit à élargir sensiblement les dimensions de l'espace médiatique en intégrant tout un ensemble de médias qui, comme la BD, sont souvent injustement ignorés par les analyses. L'espace médiatique est donc encore beaucoup plus large qu'on ne le pense habituellement. Pour autant, et c'est là tout l'intérêt de l'étude des pratiques d'économie solidaire – second objet frontière – cet espace symbolique (l'espace médiatique) occupe, dans l'espace public, une place moins centrale que certains l'affirment, puisque l'analyse de ce mouvement social conduit à rappeler l'importance de la dimension pragmatique (économique et militante) de l'espace public. Ainsi, en osant s'intéresser à des objets jusqu'ici négligés, les SIC peuvent montrer l'intérêt heuristique d'une démarche interdisciplinaire en mettant à jour toute la complexité d'un espace public contemporain où l'espace médiatique occupe une place à la fois beaucoup plus large et pourtant relativement moins importante que celle que les chercheurs lui accordent généralement. Ce texte épistémologique propose un programme de recherche sur l'espace public fondé sur deux éléments : la distinction entre espace médiatique et espace public (première partie) ; la mise en lumière des dimensions non symboliques de l'espace public (deuxième partie).

I – La BD révélateur de la distinction espace public et espace médiatique

La difficulté du concept d'espace public provient de son ambiguïté. Tout d'abord, ce terme rend compte d'une réalité sociale historique concrète, mais renvoie à une conception normative de la vie démocratique. Ensuite, il fait référence à une réalité conceptuelle unique, mais s'incarne dans des réalités symboliques et empiriques extraordinairement diverses. Cette double ambiguïté explique pourquoi le sens de ce concept varie d'une discipline à l'autre, mais aussi à l'intérieur même d'une seule discipline. Les SIC ne font pas exception à la règle. Elles rajoutent même une difficulté supplémentaire en tendant à confondre espace public et espace médiatique. C'est pourquoi, afin de permettre un véritable travail interdisciplinaire sur le concept d'espace public, nous proposons deux pistes : revenir à une définition plus étroite mais en

contrepartie plus complexe de l'espace public (A), mieux définir, en nous appuyant sur l'exemple de la BD, la distinction et l'articulation entre l'espace public ainsi redéfini et l'espace médiatique (B).

A) Pour une définition plus restreinte et plus complexe de l'espace public

La pluralité sémantique a fait longtemps la force de la notion d'espace public qui a pu être retravaillé par un grand nombre de disciplines et repris par de nombreux acteurs. Cependant, aujourd'hui cette polysémie est un frein au travail interdisciplinaire car la notion "d'espace public" est devenue une notion valise servant à désigner tout ce qui n'est pas du ressort de la sphère domestique.

Restreindre la notion d'espace public à sa définition originelle

Or, si effectivement, Habermas a popularisé cette notion en l'opposant à l'espace privé, il a également insisté sur les relations étroites existant entre les évolutions au sein de la sphère domestique bourgeoise et la naissance d'un espace public critique littéraire (Habermas, 1978). D'ailleurs, il existe toute une tradition de recherche en sciences sociales qui, d'Egare Morin (Morin, 1962) à Dominique Melh (Melh, 1996), en passant par Richard Sennett (Sennett, 1979) explore les résonances et les fluctuations entre espace privé et espace public. Cependant, d'autres traditions de recherches se côtoient qui, toutes, donnent un sens différent à la notion d'espace public. Un seul exemple. Dans une perspective socio politique, l'espace public est, tout à la fois, une scène où les choses deviennent publiques et un lieu où se rencontrent les membres d'une communauté. Dans ce cadre analytique, on rencontre des travaux divers portant sur la religion (Bréchon, Duriez, Ion, 2000), les normes esthétiques (Allard, 1992) ou les interactions dans des lieux publics (Winkin, 1996). Cette diversité des définitions dans une seule approche théorique montre que, si l'on veut éviter le dialogue de sourd et entreprendre un véritable travail interdisciplinaire sur cette notion, il convient, au préalable, d'en restreindre le sens. C'est pourquoi nous nous proposons de revenir à sa définition originelle, celle dont les prémices se trouvent dans deux textes d'Emmanuel Kant parus en 1784¹, et qui fait de l'espace public l'espace de médiation politique au fondement de la démocratie. Une telle acception de l'espace public renvoie, à travers le concept de « communauté politique » (Tassin, 1991), à celle d'un lien social qui ne se noue pas seulement dans des solidarités primaires endogènes à un groupe culturel, mais qui se construit également dans des solidarités secondaires entre individus appartenant à des groupes culturels différents.

Proposer une synthèse théorique des différentes visions de l'espace public démocratique

Dans l'idéal libéral tel qu'exprimé par Isaiah Berlin (1969), toutes les idées sont équivalentes et doivent être respectées. Dans ces conditions, la tolérance consiste à ne pas défendre publiquement ses idées comme

¹ « Idée d'une histoire universelle au point de vue cosmopolitique » et « Réponse à la question, qu'est-ce que les lumières ? »

étant supérieures aux autres. Dans une telle vision, l'Etat doit être neutre, il ne doit pas promouvoir de valeurs particulières, mais, par sa neutralité même, garantir un consensus minimal favorisant la gestion et la cohabitation de conceptions différentes. Les débats deviennent alors essentiellement une affaire privée et la volonté populaire n'est que l'agrégation des préférences individuelles qui se sont formées au sein de la sphère privée. L'espace public n'est donc pas le lieu où se développe un débat public permettant la formation d'une opinion publique, mais le lieu de la publicisation du résultat de l'agrégation des opinions individuelles. Cette volonté de préserver la neutralité exclut donc le débat public, facteur de conflit entre conceptions différentes et légitimes de l'intérêt général, au nom d'une neutralité seule à même de garantir le maintien de la pluralité des points de vue. Evidemment, cette conception minimaliste de l'espace public est critiquée. Pour des raisons empiriques évidentes (la controverse est présente dans l'espace public) comme pour des raisons théoriques majeures (la démocratie n'est pas seulement un droit c'est aussi un devoir de participation). Il faut donc développer une conception plus riche, multidimensionnelle, de l'espace public. Comment ? Jürgen Habermas propose une voie : la synthèse théorique. En effet, comme il l'explique parfaitement lui-même (chapitre 7 de « Droit et Démocratie"), sa conception de la démocratie délibérative (et donc sa vision de l'espace public politique) représente une synthèse entre trois visions de la démocratie. La première, libérale, est axée sur les droits individuels, tandis que la seconde, républicaine, est basée sur le devoir de participation politique. La troisième est systémique et met l'accent sur la division inexorable de nos sociétés complexes en sous-systèmes autopoïétiques se régulant indépendamment des citoyens. Ces trois théories ne sont pas forcément complémentaires, pourtant Habermas emprunte à chacune d'elle. Selon lui, l'espace public « ne peut pas se concevoir comme une institution, ni, assurément, comme une organisation [...]. Il ne constitue pas non plus un système; il admet certaines frontières intérieures, mais, vis-à-vis de l'extérieur, se caractérise par des horizons ouverts, poreux et mobiles » (Habermas, 1997, p.387). Au sein de ces frontières poreuses, « la procédure démocratique de législation est conçue de telle sorte que les citoyens fassent de leurs droits de communication et de participation un usage qui soit, entre autres, orienté vers le bien public, usage que l'on peut demander, mais qui ne peut être obtenu de force par le droit » (Habermas, 1997, p. 492). Il est possible, selon nous, de poursuivre cette voie de la synthèse théorique inaugurée par Habermas. C'est même nécessaire dans la mesure où la définition habermassienne d'un espace public se présentant comme espace argumentatif où des sujets respectant une éthique de la discussion échangent des arguments rationnels dans le but de parvenir à un consensus ne conduirait le chercheur à n'étudier qu'une portion - bien peu représentative - des débats publics contemporains. Un travail collectif, mené dans les années 2000 au sein de l'équipe « Espace public européen » du laboratoire « Communication et politique », nous avait permis de proposer la synthèse théorique suivante. L'espace public est :

1-Le lieu de légitimation du politique. C'est par l'espace public que les citoyens ont accès aux informations politiques, qu'ils peuvent débattre et se forger une opinion et qu'ils peuvent choisir les

personnes qui exerceront le pouvoir politique. C'est par l'espace public que les citoyens se sentent non seulement destinataires du droit, mais aussi auteurs de ce droit (Habermas, 1997).

2-Le fondement de la communauté politique. L'espace public est un espace symbolique qui, comme le rappelle le philosophe Etienne Tassin (1991), permet de relier entre eux des individus n'appartenant plus à des communautés traditionnelles.

3-Une scène d'apparition du politique. C'est sur l'espace public que les acteurs politiques se mettent en scène et où les problèmes politiques deviennent visibles (Arendt, 1983).

L'espace public est donc un espace de médiation (entre les citoyens et les pouvoirs) et un espace de communication (entre les acteurs), un lieu symbolique où l'on traite des questions relevant de la collectivité et où se formulent des visions antagonistes de l'intérêt général qui n'est donc pas l'apanage exclusif des institutions. C'est un espace qui se veut universel, mais qui est inégalitaire puisque tout le monde n'accède pas à cet espace. C'est un espace qui concourt à la pacification des mœurs, mais un espace qui reste fondamentalement conflictuel puisque les individus et les organisations collectives qui se rencontrent dans l'espace public n'ont ni les mêmes intérêts ni les mêmes compétences politiques ni le même poids social.

Résumé

Quand chacun possède sa propre acception d'un même concept, la confrontation scientifique demeure limitée (aux conditions de validité de chaque définition). Si les chercheurs en SIC veulent pouvoir avoir un débat contradictoire sur la notion d'espace public, il convient donc, d'une part, de restreindre cette définition pour que chacun puisse savoir de quoi on parle et, d'autre part, de proposer une synthèse théorique qui ne consacre pas la victoire de telle ou telle acception. La synthèse que nous proposons doit être comprise non pas comme l'aboutissement définitif d'une telle synthèse, mais comme la simple illustration inachevée de la faisabilité d'un tel projet. De même, les propositions qui suivent sur l'articulation entre espace public et espace médiatique doivent être compris comme une simple mise en lumière des possibilités théoriques offertes par une nette distinction entre espace public et espace médiatique

B)-Pour une définition plus large et plus simple de l'espace médiatique

Pour les uns, prolongeant la tradition empirico fonctionnaliste (Wolton, 1997) l'espace public des démocraties de masse s'incarne aujourd'hui dans les médias de masse : l'espace public (concept normatif unique) trouve sa transcription empirique dans l'espace médiatique (les productions concrètes des industries culturelles)². Pour les autres, se réclamant d'un courant critique et s'appuyant sur les premiers

² Position soutenue, de manière nuancée, par Ferry (1989) et sans nuance par Paquette (2000).

écrits d'Habermas, l'espace médiatique est une dégénérescence de l'espace public, une colonisation de la publicité politique par la l'idéologie économique (Le Moëne, 1995). L'espace public n'existe plus, tué par l'espace médiatique. Dans les deux cas, la réflexion repose sur une réduction implicite du terme « média » aux seuls médias de masse. En forçant légèrement le trait, pour les premiers, les médias de masse sont l'espace public des démocraties de masse, tandis que pour les seconds, les médias de masse sont en passe de tuer l'espace public. L'étude de la BD permet de remettre en cause cette réduction implicite.

La BD un objet d'étude qui invite à adopter une définition plus large du mot média

Pour Will Eisner, auteur de la série culte Spirit et enseignant à l'école des Arts visuels de New York, la BD est un « [...] art littéraire et graphique qui traite de l'agencement d'images et de mots pour raconter une histoire ou adapter une idée. [...] Alors que chacun de ses éléments constitutifs – comme la conception, le dessin, la caricature et l'écriture – ont trouvé une reconnaissance académique, leur combinaison en un médium unique a mis longtemps à se faire une place aux côtés de la littérature et de l'art. [...] ». Cette vision de la BD comme média spécifique est reprise par d'autres théoriciens de la BD comme Scott Mc Cloud³, et des chercheurs en communication comme MC Luhan⁴. Mais cette définition reste minoritaire. Elle se voit contestée, tant par des spécialistes de la BD que par des chercheurs en communication. Du coup, cette définition non consensuelle permet de poser la question de la définition théorique d'un média. Comme on l'enseigne classiquement dans les formations en information communication, cinq traits servent à caractériser un média : des caractéristiques techniques singulières, une industrie culturelle particulière, une médiation spécifique entre un émetteur et le public, une programmation, la diffusion d'information. Bien sûr on peut rajouter d'autres traits caractéristiques comme le projet politique (Wolton, 2009) ou le contrat de communication (Chareaudeau, 1997). Mais au fond peu importe car plus on complexifie cette définition et plus on en restreint l'utilisation à trois médias de masse : la presse écrite, la radio et la télévision. Or une telle restriction conduit à deux effets pervers au moins :

1- Une sous estimation de la diversité du paysage médiatique français. En dehors des médias de masse appartenant à des groupes de communication et s'adressant au grand public, se sont développés des médias appartenant à des collectivités publiques (commune, pays, département, etc.) ou à des organisations (entreprises, syndicats, associations, etc.) qui ciblent un public particulier. Ces médias sont, aujourd'hui, fabriqués par des professionnels et ont une diffusion non négligeable : plus 1, 5 millions d'exemplaires pour « Valeurs Mutualistes », le magazine de la MGEN.

2- Une incapacité à saisir la complexité du processus d'intermédialité. Une définition trop complexe du mot média débouche sur une conception très précise mais aussi très étroite de ce qu'est un média. Du coup, cette complexité conduit à exclure la BD de cette notion, mais conduit également à refuser le terme « média » pour définir le livre, le téléphone, le jeu vidéo, Internet, etc. Une telle exclusion est préjudiciable

³ Selon lui la BD est « un média qui pour transmettre tout un monde de sensation ne repose que sur un des cinq sens » (McCloud, 1999, p. 89).

⁴ Dans penser les média, il consacre un chapitre à la BD qu'il classe comme « média froid », (Mc Luhan, 1968).

car elle réduit beaucoup trop la focale et empêche de saisir la globalité des interactions complexes à l'oeuvre dans la réalité empirique. Pourtant en unifiant tous les outils de communication non directe (qui ne se déroulent pas en face à face) sous le terme « média » on se donnerait le moyen théorique d'étudier au plus près la réalité empirique caractérisée par la circulation/ transformation d'un support à un autre (de la BD papier, à la BD numérique en passant par la BD devenue dessin animé ou jeu vidéo, par exemple) ce que certains nomment « l'intermédialité ».

Articulation de l'espace public et de l'espace médiatique : l'exemple de la BD politique

Pour Will Eisner, La BD est «*un art de la communication* » plus qu'un art appliqué (Eisner, 2009, p. 4). Pourtant, cet art de la communication est appliqué à la politique. C'est un média politique utilisé par des partis politiques⁵ ou des associations⁶ pour diffuser leurs idées dans l'espace public, faire connaître la vie de militants politiques célèbres (collection *Rebelle* de chez Casterman), le moyen de témoigner d'une expérience politique (« *Ségo, François, papa et moi* » de O. Faure, directeur de cabinet adjoint de F. Holland), etc. Cet inventaire non exhaustif ne signifie pas que la BD est au centre de l'espace public actuel mais, plus modestement, que la BD est un média que certains utilisent pour animer l'espace public (cf. Schéma N°1). Plus généralement, dire qu'un média peut jouer un rôle dans l'espace public, ne signifie nullement qu'il ne sert qu'à ça, que l'espace médiatique et l'espace public ne font qu'un. En effet, il ne faut pas confondre médiation et médiatisation. Si, comme le soulignait, Louis Quéré (1992), il existe une parenté morphologique entre l'espace public et les médias, il n'y a pas de lien génétique entre les deux (⁷). Les médias permettant à la communauté politique de se rendre visible à elle-même et constituent les canaux principaux de la publicité politique. Cependant, d'une part, ils ne couvrent pas tout l'espace public et, d'autre part, ils ne sont pas centrés sur le débat critique. L'information politique n'est ni la mission première ni la priorité principale des médias et des industries qui les conçoivent. L'espace public et l'espace médiatique se recoupent partiellement mais restent deux espaces symboliques distincts (cf. schéma N°2).

Au terme de cette première partie, il apparaît qu'une définition plus restreinte de l'espace public (à son acception démocratique) mais qui synthétise différentes approches théoriques peut favoriser le dialogue interdisciplinaire dont les SIC se targuent. A l'inverse, une définition plus large du mot média permet de prendre en compte une réalité empirique marquée par l'hybridation technologique et la circulation des messages d'un support à l'autre et du coup conduit, en restituant toute la largeur et la complexité de l'espace médiatique, à ne plus confondre espace médiatique et espace public. Nous venons de le voir, ce

⁵ L'exemple le plus abouti se trouve dans les pages bédé du parti socialiste du Grand Lyon (WWW.groupesocialistegrandlyon.org)

⁶ C'est ainsi que le réseau Sortir du nucléaire diffuse un album de 48 pages édité par l'association Energie solaire qui met en scène un extra terrestre en mission sur la terre entraînant deux garçons dans une enquête sur les énergies renouvelables.

⁷ Les médias naissent, en Europe (France, Allemagne), sous des régimes non démocratiques et se développent, encore aujourd'hui dans des régimes autoritaires (Russie).

dernier est un espace symbolique de médiation et de communication politique. Mais, nous allons le comprendre maintenant, c'est aussi un espace concret d'engagement

II- L'économie solidaire lieu de lecture des dimensions non symboliques de l'espace public

Selon nous, le symbolique est l'articulation de constructions⁸ qui s'engendrent mutuellement, s'opposent, s'entrelacent tout en appartenant à deux pôles opposés : le pôle autonome du symbolique constitué de constructions immanentes (science, idéologie, utopie, etc.) et le pôle hétéronome composé de constructions qui font référence à la transcendance (religion, cosmogonie, mythologie, etc.). Or, cet ordre symbolique que nous avons défini ailleurs comme étant celui de la circulation du croire⁹ (Dacheux, 2007), n'est que l'un des ordres constitutifs des sociétés modernes. Les deux autres étant, l'ordre politique (élaboration de la norme) et l'ordre économique (valorisation des richesses). L'espace public étant l'instance, propre à la démocratie, de régulation des conflits entre ces trois ordres. Dans cette perspective, l'espace public n'est pas uniquement symbolique, c'est aussi un espace d'engagement politique où les questions économiques trouvent toute leur place. C'est ce que montre très bien l'étude d'un mouvement social comme l'économie solidaire.

A) Espace public et pratiques politiques

L'économie solidaire est un projet de société global : élargir la démocratie à la sphère économique et approfondir la démocratie en confortant la démocratie représentative par plus de participation. Il s'agit au sens plein du terme, d'une utopie. Mais l'économie solidaire n'est pas uniquement une construction symbolique, c'est aussi un ensemble de pratiques économiques observables et un militantisme politique qui contribue à dynamiser l'espace public. Commençons par ce dernier point. L'économie solidaire contribue à dynamiser l'espace public. De deux manières : les initiatives solidaires renforcent la participation des citoyens au sein de l'espace public ; elles pluralisent la communication politique

L'économie solidaire renforce la participation des citoyens

⁸ Nous utilisons le mot « construction » plutôt que les mots « système » ou « forme » généralement usités. D'une part, pour renvoyer à une intentionnalité immanente, même si le sens de ces constructions échappe en partie aux intentions humaines qui ont présidé à leur constitution ; d'autre part, pour inscrire ces « constructions » dans la conscience collective, même si elles s'inscrivent également dans l'inconscient collectif. Ces constructions sont, par définition, collectives, partagées, même si elles sont quelque fois référées à un fondateur unique.

⁹ Définition qui s'éloigne de la définition classique - celle que Lévi-Strauss Lacan a donné à la suite des travaux de Marcel Mauss (Tarot, 2003)- le symbolique, c'est ce qui donne sens à la société, car, comme le relève justement Castoriadis (1975), cette approche classique a tendance à figer le social, à soumettre l'individu à des structures symboliques qui lui échappent et le déterminent entièrement

Une des caractéristiques centrales des initiatives solidaires comme les systèmes d'échanges locaux (SEL), les régies de quartier ou les crèches parentales est de mettre en place des « espaces publics de proximité » (Eme, Laville, 1994), c'est-à-dire des espaces de paroles communs permettant que les parties prenantes (usagers, salariés, bénévoles, pouvoirs publics, etc.) co-construisent l'offre et la demande, co-organisent la production et co-décident de prix et des quantités. Par exemple, dans les Cigales¹⁰, les cigaliers (épargnants) discutent du projet entre eux et avec le futur entrepreneur, décident de la hauteur du financement et des modalités d'accompagnement du projet. Non seulement ces espaces publics de proximité sont des espaces de négociation démocratique d'activités socio-économiques, mais en plus, ils permettent, comme le signale Laurent Fraisse (2003), de publiciser certains besoins sociaux autrefois pris en charge dans le cadre domestique (garde d'enfants, aide aux personnes âgées, etc.). Ils contribuent ainsi à faire bouger les lignes entre sphère privée et sphère publique, à faire advenir de nouvelles revendications sociales et à attirer l'attention des pouvoirs publics sur des problèmes non pris en compte.

L'économie solidaire pluralise la communication politique.

Face aux grands médias de plus en plus soumis à une logique marchande, les militants de l'économie solidaire réagissent en créant leurs propres moyens de production médiatique¹¹. De plus, l'économie solidaire est également présente dans la presse sociale (les journaux liés aux associations, aux ONG, aux mutuelles, que nous avons évoqués dans la première partie). Ces journaux militants furent parmi les premiers à rendre compte d'initiatives comme le commerce équitable, le tourisme solidaire ou la finance solidaire. Enfin, l'économie solidaire n'est pas totalement absente des médias de masse, même si la vision de ces derniers est souvent restreinte (au commerce équitable et à la finance solidaire) et partielle (la solidarité est mise en avant, mais la critique du système dominant est peu présente). Ainsi, l'économie solidaire contribue à diversifier les messages politiques diffusés par les médias et ouvre l'espace médiatique à une représentation plurielle de la société. Mais, nous l'avons vu dans la première partie, l'espace public ne se réduit pas à cet espace médiatique. Ancrés dans le territoire et cherchant à faire émerger un espace public de proximité, les militants de l'économie solidaire organisent de nombreuses conférences, suscitent des débats, interpellent les élus, tiennent des stands dans des foires, etc. Bref, ils établissent des communications directes visant à promouvoir leurs initiatives et à remettre en cause le discours économique dominant.

B) La dimension économique de l'espace public

En développant des activités économiques ne reposant pas uniquement sur la maximisation du profit, mais qui hybrident les principes marchands (vente de prestations), publics (subventions) et civils (bénévolat),

¹⁰ Club d'investissement pour une gestion alternative et locale de l'épargne.

¹¹ C'est le cas, par exemple, de Scop Z'images Productions, coopérative spécialisée dans la production de films, basée dans l'Allier ayant réalisé, entre autre, un DVD intitulé « Si je vous dis économie solidaire ? »

l'économie solidaire démontre l'existence de la multiplicité des principes d'échanges qui avaient été mis en avant par l'anthropologie économique (Polanyi, 1983). De même, en introduisant le principe « un homme une voix » dans la prise de décision des entreprises, l'économie solidaire ouvre l'ordre économique à la rationalité démocratique, introduit l'agir communicationnel au sein même du système économique. En second lieu, en proposant des services aux personnes non solvables, en offrant des emplois territorialisés non délocalisables, en innovant dans le domaine des transports et des énergies renouvelables, l'économie solidaire enrichit la palette d'action des pouvoirs publics dont les politiques de traitement social du chômage s'épuisent. Surtout, en plaçant au cœur de la lutte contre l'exclusion, la notion de réciprocité, l'économie solidaire contribue à restaurer cet horizon d'égalité entre les citoyens qui fait tant défaut à nos démocraties. C'est, en tout cas, ce qu'attestent des études portant sur des initiatives comme les pôles d'économie solidaire (Codello-Guijarro, 2003) ou les systèmes d'échanges locaux (Bayon, 1999). Mais l'intérêt de l'économie solidaire n'est pas seulement d'ordre micro économique. L'économie solidaire propose, c'est le troisième point, une réflexion sur la monnaie (Dacheux Goujon, 2007).

L'économie solidaire propose une démocratisation de la monnaie

L'économie solidaire est une réponse à un usage illimité et spéculatif de la monnaie. Ainsi, l'économie solidaire, par la délibération collective sur ce qui doit relever de l'échange monétaire et ce qui doit lui échapper (les rapports de voisinages, par exemple), permet de délimiter la sphère monétaire. L'étendue de celle-ci ne résulte donc pas des forces du marché et de la recherche de l'intérêt individuel, même si elle les prend en compte : elle est subordonnée au choix démocratique. Par ailleurs, l'économie solidaire - comme en attestent différentes pratiques comme les systèmes d'échanges locaux - entend limiter la monnaie à ses fonctions d'incitation et de mesure de la production et d'intermédiaire à l'échange, ce qui revient à s'opposer aux pratiques monétaires spéculatives qui consistent à utiliser la monnaie pour elle-même et non pas comme facilitateur de l'échange économique. La monnaie devient alors un média qui renforce le lien d'une communauté politique et non plus cet objet du désir illimité qui, comme le notait déjà Aristote, détruit le lien social. Cette volonté de soumettre la monnaie à l'intérêt de la communauté s'accompagne naturellement d'une volonté d'élargir l'usage de la monnaie à l'ensemble des membres de la communauté, la monnaie n'étant plus perçue comme un facteur d'exclusion (fossé entre ceux qui la possèdent et ceux qui ne la possèdent pas), mais comme un facteur d'inclusion (tout membre de la communauté se voit garanti un accès à la monnaie). Ainsi, selon nous, l'économie solidaire est une économie où les fonctions de la monnaie sont limitées tandis que l'usage de la monnaie est démocratisé.

Résumé 2

L'espace public est un espace de participation, d'engagement concret des citoyens. C'est aussi un espace travaillé par les questions économiques, car ces questions touchent souvent à l'intérêt général.

L'étude empirique des mouvements sociaux comme l'économie solidaire, mais aussi la décroissance ou l'altermondialisme conduit, d'une part, à mettre à jour cette dimension pragmatique de l'espace public que les spécialistes des médias oublient trop souvent, mais invite également à dépasser la fracture disciplinaire créée par les marginalistes entre science politique et science économique.

Conclusion

Dans ce texte nous avons voulu mettre deux points en avant, en utilisant, à chaque fois un domaine d'étude délaissé par les SIC. Premier point, en retravaillant la notion de média on peut penser son articulation avec le concept d'espace public hors des paradigmes de la colonisation mortifère ou de la filiation naturelle. Or l'exploration d'objets injustement ignorés comme la BD permet justement ce travail théorique sur la notion de média. Deuxième point, l'espace public n'est pas seulement un espace symbolique de médiation et de communication. C'est aussi un espace d'engagement qui possède, nous l'avons vu en étudiant l'économie solidaire, une dimension politique et économique très marquée. Finalement, c'est peut être par la recherche sur des objets marginaux de notre discipline que l'on peut le mieux travailler ces concepts centraux.

Bibliographie

- Allard L. 1992, "Pluraliser l'espace public : esthétique et médias", *Quaderni*, N°18.
- Arendt, H., 1983, *La Condition de l'homme moderne*, Paris, Calmann-Levy.
- Bréchon P., Duriez B., Ion J. 2000, *Religion et action dans l'espace public*, Paris, l'Harmattan.
- Bastien F., Neveu E. 1999, *Espaces publics mosaïques*, Rennes, PUR.
- Bayon D. 1999, *Les systèmes d'échanges locaux, pour un vrai débat*, Levallois-Perret, Editions Yves Michel.
- Berlin I. 1969 *Eloge de la liberté*, Paris, Calmann-Levy.
- Bougnoux D. 1998, *Introduction aux sciences de la communication*, Paris, La Découverte.
- Braudel F. 1979, *Civilisation matérielle, économie et capitalisme*, trois tomes, Armand Colin.
- Breton P., Proulx S. 1988, *L'explosion de la communication*, Paris, La découverte.
- Castoriadis C. 1975, *L'institution imaginaire de la société*, Paris, Seuil.
- Charaudeau P. 1997, *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, Paris, Nathan.
- Codello-Guarro P. 2003, « Vers la construction d'un espace public de proximité », *Hermès*, N°36.
- Cottureau, A., Ladrière, P. (dir.) 1992, *Pouvoir et légitimité. Figures de l'espace public*, Paris, Éditions de l'École des hautes études en Sciences sociales.
- Dacheux, E. (coord.) 2008, *L'espace public*, Paris, Cnrs éditions.
- Dacheux E. (dir) 2007, *Communiquer l'utopie : économie solidaire et démocratie*, Paris, L'Harmattan.
- Dacheux E., Goujon D. 2007, « Définir l'économie : la responsabilité épistémologique de l'économie solidaire », communication au colloque RIUESS, Rennes, 2007.
- Eisner W. 2009, *Les clés de la Bande dessinée T1 l'art séquentiel*, Paris, Delcourt.
- Ferry J.M. 1989. - "Les transformations de la publicité politique". - *Hermès*, N°4.
- Fraisse L. 2003, "Économie solidaire et démocratisation de l'économie", *Hermès* N°36.
- Habermas, J. 1997, *Droit et démocratie*, Paris, Gallimard.
- Habermas, J. 1978, *L'Espace public*, Paris, Payot.
- Hermès 2003, *Economie solidaire et démocratie*, Hermès, N°36, Cnrs éditions, Paris
- Hermès 2009, *BD : Art reconnu, média méconnu*, Hermès, N°54.
- Laville J.L. 2010, *La politique de l'association*, Paris, Seuil.
- Lefort, C. 1986, *Essai sur le politique*, Paris, Seuil.
- Le Moëne C. 1995, « Espace public et entreprise » in I. Paillart, *L'espace public et l'emprise de la communication*, Grenoble, Ellug.

- Mattelart A. 1995, *Histoire des théories de la communication*, Paris, La découverte.
- Maigret E., 2003, *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, Armand Colin.
- Maigret E., « La reconnaissance en en demie teinte de la bande dessinée », *Réseaux*, N°67, 1994.
- Mc Luhan M. 1968, *Pour comprendre les médias*, Paris, Seuil.
- Mehl D. 1996, *La télévision de l'intimité*. Paris, Seuil.
- Miège B. 2004, *L'information-communication, objet de connaissance*, Bruxelles, De Boeck.
- Mouchart B. 2008, « Qu'est-ce que la Bande dessinée ? » N° spécial *Beaux Arts*.
- Morin E. 1962, *L'esprit du temps*, Paris, Grasset.
- Negt O. 2007, *L'Espace public oppositionnel*, Paris, Payot.
- Ollivier B. 2007, *Les sciences de la communication*, Paris, A. Colin.
- Paquette M. 2000, « Le production médiatique de l'espace public et sa médiation du politique », *Communication*, vol 20, N°1.
- Plino Walder Prado 1991, "Le partage de la sensibilité", *Hermès*, N°10.
- Polanyi K. 1983, *La grande transformation : Aux origines politiques et économiques de notre temps*, Paris, Gallimard.
- Quéré L. 1992, "L'espace public : de la théorie politique à la métathéorie sociologique", *Quaderni*, N°18.
- Roustang G. 2009, « Favoriser l'autoproduction », <http://www.iut-roanne.info/rencontres-riuess/actes.HTML>
- Sennett, R. *Les Tyrannies de l'intimité*, Paris, Seuil, 1979.
- Tassin E. 1992, « Espace commun ou espace public ? », *Hermès*, N°10.
- Winkin Y. 1996, *Anthropologie de la communication*, Bruxelles, Deboeck.
- Wolton D. 2009, *Mc Luhan ne répond plus*, La Tour d'Aigues, Editions de l'aube.
- Wolton D. 1997, *Penser la communication*, Paris, Flammarion.
- Wolton D. 1991, "Les contradictions de l'espace public médiatisé", *Hermès*, N°10.

Schéma N°1

BD et espace public

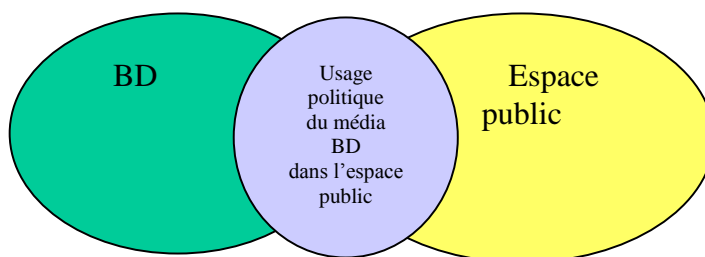
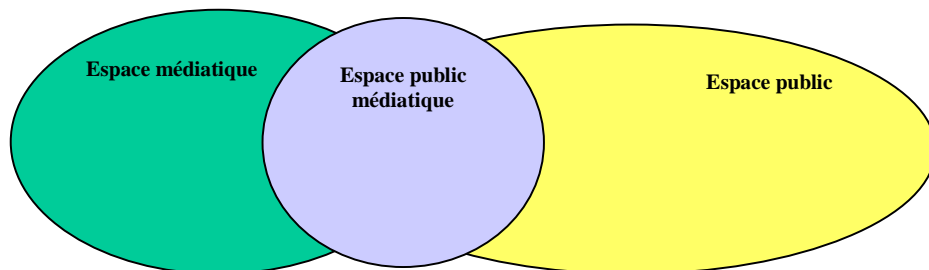


Schéma N°2

Les relations entre espace communicationnel, espace public et espace médiatique



Pour citer cette communication :

Dacheux E. « Revisiter le concept d'espace public à la lumière de deux objets frontières : l'économie solidaire et la BD », Dijon, SFSIC, 2010.