

Publictionnaire

Dictionnaire encyclopédique et critique des Publics

Luhmann (Niklas)

Patrick Chaskiel

Référence électronique

Patrick Chaskiel, Luhmann (Niklas). *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Mis en ligne le 31 octobre 2018. Accès : <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/luhmann-niklas/>.

Le *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics* est un dictionnaire collaboratif en ligne sous la responsabilité du Centre de recherche sur les médiations (Crem, Université de Lorraine) ayant pour ambition de clarifier la terminologie et le profit heuristique des concepts relatifs à la notion de public et aux méthodes d'analyse des publics pour en proposer une cartographie critique et encyclopédique.

Accès : <http://publictionnaire.huma-num.fr/>

Cette notice est mise à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'utilisation commerciale - Pas de modification 3.0 France.

Pour voir une copie de cette licence, visitez <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/fr/> ou écrivez à Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.



Luhmann (Niklas)

L'opinion publique « de » Luhmann

Dans la confrontation, plus heuristique qu'il n'y paraît, entre Jürgen Habermas et Niklas Luhmann (1927-1998), la question de l'opinion publique et de l'espace public est sans aucun doute le marqueur d'une divergence théorique profonde que reflètent, disons-le, deux conceptualisations de la communication : une opération sociale de « connexion », constitutive de la société comme système – voire comme système de systèmes sociaux – pour Niklas Luhmann ; une discussion libre, égalitaire et solidaire, tendue vers la formation d'une opinion publique sur des exigences universalisables, détachée de tout rapport de pouvoir et d'argent, pour Jürgen Habermas.

Puisque ce dernier a retenu l'idée selon laquelle le système politique ou économique ne pouvait pas – ou plus – être transformé de l'intérieur (Habermas, 1990), l'opinion publique est devenue pour lui un concept normatif et non plus seulement enraciné historiquement. Cette orientation affirmée (Habermas, 1998-1999) tranche radicalement avec l'orientation structuro-fonctionnaliste de Niklas Luhmann, qui conduit à observer la société sans en anticiper normativement la transformation. Il y a là une opposition irréductible quant au statut de ce que doit être une théorie sociale. Jürgen Habermas occupe ainsi une place à part, depuis Friedrich Georg Wilhelm Hegel et avec Herbert Marcuse, en raison de sa perspective normative de théoriser la transformation du monde alors que Karl Marx ou les membres de l'École de Francfort se sont d'abord concentrés sur une théorie du capitalisme. Dès lors, Jürgen Habermas fait face à un Niklas Luhmann très classique dans son approche interprétative de la société. Cette différenciation n'est pas sans rappeler celle que faisait Karl Marx lui-même dans la *XI^e thèse sur Feuerbach* – « Les philosophes n'ont fait *qu'interpréter* le monde de diverses manières, mais ce qui importe désormais, c'est de le *transformer* » –, ce qui aurait d'ailleurs dû déboucher sur une théorie de la transformation plutôt que sur une théorie du capital.

Comme on le sait, la théorisation habermassienne repose sur la distinction conceptuelle entre agir communicationnel et agir régulé. Cette distinction ouvre ainsi la perspective d'une émancipation sociale par la communication, loin de l'idée luhmannienne d'une société dont les évolutions ne peuvent provenir que des processus de régulation et de différenciation des systèmes, face à une complexité insurmontable. Pour dire les choses autrement, l'intentionnalité d'une transformation du monde manifestée par Jürgen Habermas est totalement absente de la théorie de Niklas Luhmann, dont la caractéristique est d'être une observation du monde, sans capacité et sans volonté performatives. Chez ce dernier, à l'instar du *mainstream* des théories sociales, rien ne permet de passer d'une observation – c'est-à-dire une description à partir de distinctions – à l'agir social.

L'introduction de la notion d'autopoïésis, empruntée aux biologistes Humberto Maturana et Francesco J. Varela (1980), est un tournant dans l'œuvre de Niklas Luhmann, même s'il s'est toujours inspiré de la formalisation systémique de Talcott Parsons. L'idée selon laquelle chaque système social produit et reproduit les conditions de sa reproduction à partir de ses propres opérations a conduit Niklas Luhmann vers sa proposition majeure : la communication ou, plutôt, les communications sont les éléments constitutifs de la société. Cet emprunt à la biologie ne conduit pourtant pas le sociologue à se lancer dans une « manipulation cellulaire » de la société.

Certes, il est possible de lire l'œuvre luhmannienne comme une observation résignée du système social que constitue la société, en l'instituant ainsi dans le *mainstream* des théories

sociales qui ne sont pas tendues vers la « transformation ». Toutefois, si le travail théorique de Niklas Luhmann ne devait être que cette observation résignée de la société, quelle serait son utilité et quel serait l'intérêt de le commenter ? Aucun, sans nul doute, si ce n'est de nourrir des discussions scholastiques dont nous sommes largement friands, reconnaissons-le, discussions qui, en France, à la différence du monde anglophone – au sens large du terme –, portent sur d'autres auteurs.

Ceci étant, Niklas Luhmann n'est le théoricien que d'un petit cercle d'initiés. Sa virtuosité intellectuelle n'a guère séduit, en particulier parce que le coût d'entrée dans la théorie luhmannienne est élevé et parce que ce genre de théorisation ne débouche pas immédiatement sur des travaux dépassant le simple commentaire, fût-il savant. Cependant, il n'est pas impossible – soyons prudents – de contorsionner la théorie luhmannienne de manière à y trouver des éléments susceptibles de nous faire passer d'une description sophistiquée à l'identification possible d'une bifurcation pour, et pas seulement dans, l'évolution de la société. La notion d'opinion publique doit être située dans cette perspective.



Sonntag, Niklas Luhmann (CC BY-SA 3.0)

La construction de l'opinion publique

Dans sa tendance observante, Niklas Luhmann ne saurait occulter l'existence d'une « opinion publique », ne serait-ce que parce qu'elle est un sujet de communications, et il ne s'épargne donc pas l'effort de l'aborder théoriquement. Sans doute lui faut-il traiter d'une notion pratique largement utilisée dans le fonctionnement du système politique et médiatique et, aussi, s'approprier un thème accaparé par Jürgen Habermas, auquel il s'agit de ne pas laisser le champ libre.

Toutefois, mettre la focale sur l'opinion publique « de » Niklas Luhmann ne peut être une démarche pertinente que si, en même temps, il est rappelé que le sujet *opinion publique* est très marginal dans son œuvre. La notion d'opinion publique ou celle d'espace public est quasi absente de sa première somme théorique (Luhmann, 1987). Elle est également absente de beaucoup de ses textes intermédiaires et encore quasi-absente de sa seconde somme théorique (Luhmann, 1997). Elle apparaît plutôt là où il est question des médias de diffusion de masse (ou mass médias par la suite), ou encore des nouveaux mouvements sociaux (non sans lien, là encore, avec les mass médias). C'est dire que l'opinion publique n'est pas au centre de la société.

Cette précision n'est pas simplement le reflet d'une exigence de rigueur, nécessaire à tout exercice académique. Il s'agit aussi de montrer la portée possible de cette théorisation de l'opinion publique qui peut être déviée vers des fins autres que celle initialement prévue par

Niklas Luhmann, justement parce qu'elle n'occupe pas une place centrale. Parmi ces nouvelles fins, figure notamment celle d'ouvrir la voie à des études de terrain, ce dont il n'entendait pas parler.

Du « public »

La construction de la notion d'opinion publique par Niklas Luhmann emprunte un chemin qui va de la séparation entre secret monarchique et publicité jusqu'au fonctionnement des mass médias (Luhmann, 2000). Il est vrai que la question de l'opinion des autres est une préoccupation qui remonte loin dans le temps, même jusqu'aux sociétés sans écriture. Il s'agit là d'une approche des interactions, qui implique de tenir compte de l'avis des absents (*ibid.*), mais sans autre opinion collective que celle issue de l'interaction. Avec l'écriture et le dépassement de l'interaction comme processus de coprésence, il devient possible de tenir compte d'opinions différentes sans en passer par le moment de l'interaction, et la forme « pétition » adressée au pouvoir sous l'Ancien Régime en constitue une manifestation remarquable.

Pour autant, le passage théorique d'une opinion collective à l'opinion publique nécessite une explicitation de ce que public veut dire, c'est-à-dire, pour rester cohérent avec Niklas Luhmann, de quelle distinction conceptuelle l'expression de « public » est porteuse. La notion de public est alors décrite comme un contre-concept d'absolutisme, au sens du mode de régulation adopté par une monarchie fermée à toute opinion extérieure. La chose publique s'installe ainsi au XVIII^e siècle, mais l'opinion publique reste encore l'expression des « individus existants réellement », de ceux qui (se) manifestent effectivement. Or, avec l'expansion et la libéralisation politique de la presse, cette dernière devient un facteur d'opinion publique, se détachant de l'addition des opinions individuelles, telle que traduite, ultérieurement, par les sondages. Cette différenciation entre une opinion publique fonctionnalisée par les mass médias, sur laquelle on reviendra, et une opinion publique pluri-individuelle n'a rien d'original : Jean-Jacques Rousseau (1762), comme on le sait, faisait lui-même la différence entre volonté générale et volonté particulière.

Il importe surtout à Niklas Luhmann de détacher l'opinion publique de toute pensée individuelle, autrement dit d'affirmer que l'opinion publique n'a aucune base psychique puisque le système social – la société –, et le système psychique – celui de la conscience – ne se confondent pas : chaque système est l'environnement de l'autre, mais leurs opérations sont différentes. Ce que pensent vraiment les individus quand ils s'expriment n'a donc pas d'importance puisque ce que l'on observe, ce sont des communications et pas des consciences. En d'autres termes, si la pensée est bien dans l'environnement de la communication, elle n'est pas la communication comme opération de connexion sociale (et pas de transmission). La notion de « public » n'est donc pas un autre mot pour désigner quelque chose qui serait collectif ou partagé par des individus.

Le « public », plus précisément l'espace public, n'est pas non plus défini comme étant tout ce qui est d'accès public, au sens juridique du terme. Si cette perspective juridique définit ce qui est légalement public ou non, elle ne suffit pas à constituer l'espace public de communications, c'est-à-dire à former conceptuellement l'espace public par les communications qui s'y enchaînent. On peut alors considérer que l'opinion publique assure des représentations d'observateurs absents, introduisant une différence avec les interactions.

Cependant, puisque l'opinion publique n'est ni une carte du monde ou de la société, ni un agglomérat de résultats issus du traitement conscient de l'information par les cerveaux des individus, que produit-elle ? La réponse de Niklas Luhmann est claire : l'opinion publique assure la production et la reproduction de schémas sur lesquels la décision politique peut s'appuyer, donc aussi la production et la reproduction du passé dans le présent de la décision politique. Sur cette base, peut être spécifié le processus de formation de l'opinion publique.

Du public aux mass médias

Dans les sociétés modernes, ce sont les mass médias qui sont la genèse de l'opinion publique et, en cela, ils ont pris la place du clergé et de l'aristocratie. Les mass médias sont définis comme étant l'ensemble des institutions qui usent des technologies de copiage pour disséminer la communication, ce qui inclut les livres, les magazines, les journaux (presse ou numériques), dont les groupes destinataires sont massifiés. Ils constituent un système fonctionnel particulier qui fabrique des descriptions du monde, à partir du code information/non-information.

La distinction entre information et non-information est une clé pour comprendre le problème des mass médias, même si toute communication, comme socialisation de l'improbable, voire des surprises (Luhmann, 1984), repose sur cette distinction. En effet, dans le cas des mass médias, le rapport au temps est déterminant puisque le renouvellement constant de l'information est la condition de leur fonctionnement : une information perd sa qualité d'information quand elle est communiquée ; elle ne peut être répétée comme information, puisqu'elle perd sa capacité informative, même si, bien entendu, elle conserve son sens. En somme, une annonce n'est plus une annonce une fois qu'elle a été annoncée.

Pour étayer cette position, Niklas Luhmann se réfère à Gregory Bateson (1972) et à l'idée que l'information implique l'observation « d'une différence qui fait une différence » dans le système observant. Faute d'un constant renouvellement des informations, la communication des mass médias perd sa pertinence comme élément d'un système. Dès lors, il s'agit de publier des thèmes qui puissent faire l'objet de contributions permanentes puisque la fonction des médias n'est pas tant de produire des points de vue précis que de lancer et de traiter des thèmes, qui permettent à d'éventuels points de vue de se révéler sous la forme de contributions. Dans cette perspective, les mass médias s'avèrent gourmands en thèmes dont les contributions sont d'autant plus renouvelables qu'ils ne laissent pas entrevoir de fin. Cependant, les nouveautés ou les surprises possibles sont trop nombreuses pour figurer systématiquement dans les mass médias. Par conséquent, des critères de sélection sont appliqués, qui permettent de sortir de l'ordinaire, sans que pour autant les thèmes abordés ne soient vraiment extraordinaires.

Ainsi les conflits, y compris – voire surtout – les guerres, sont-ils privilégiés dans la mesure où ils introduisent de l'incertitude en termes de gagnants et de perdants. De même, les quantités se révèlent particulièrement informatives, surtout si l'on entretient l'incertitude sur leur évolution dans le temps : les sondages, électoraux notamment, s'avèrent d'excellents vecteurs d'incertitude. La déviance par rapport aux normes, les comportements « anormaux », les scandales et les risques apparaissent également comme de bons sujets de contributions, dont se servent abondamment les mouvements de contestation. Si les mass médias voient dans l'intérêt local (ou national) un terrain privilégié, cela n'exclut pas de traiter de thèmes distants qui, toutefois, doivent être compensés par la dramatisation de l'information, si ce n'est par son étrangeté ou son caractère ésotérique.

Le propre des mass médias est de mélanger en permanence des événements réels et des opinions. En ce sens, ils irritent constamment la société ; ou, plus précisément, l'opinion publique « des » mass médias soulève des thèmes que le système politique régulé par l'alternance majorité/opposition ne saurait lui-même aborder spontanément. La coïncidence entre les besoins d'information des mass médias et les critiques des mouvements de contestation, que ce soit sur le plan de l'environnement ou des usages privés du corps, a ainsi fourni des sujets perturbants au système politique et à la politique conventionnelle centrée sur l'accession au pouvoir, sujets qui n'ont pas été traités par les « anciens » mouvement de contestation. Inversement, le milieu politique fournit lui-même, et abondamment, des opportunités de scandales ou d'affaires en diffusant des informations sur les adversaires, y compris au sein d'un parti. Par conséquent, même si l'opinion publique ne naît pas dans les

mass médias, même si elle peut trouver sa source dans toutes les communications – et les « réseaux sociaux » en sont devenus une source majeure –, ces communications ne deviennent opinion publique que *via* leur traitement par les mass médias.

En produisant ce que la politique doit considérer comme l'opinion publique, les mass médias exercent ainsi une influence significative, bien que leur fonction réelle dépasse la seule fonction d'abonder la politique, puisqu'ils promeuvent aussi des intérêts commerciaux, notamment à travers la publicité, ou encore du divertissement. Cette influence est néanmoins d'autant plus considérable qu'ils n'ont pas besoin de se soucier de la réalisation politique des thèmes qu'ils forment et reforment en permanence.

Que peut-on faire de l'opinion publique ?

L'idée générale selon laquelle les mass médias ne pas incarnent, mais formalisent l'opinion publique, n'a rien d'original, comme en témoignent le poids acquis par les études sur les médias et le faible poids de la théorisation normative de Jürgen Habermas, dans bon nombre de disciplines de sciences humaines et sociales. Même si, comme c'est connu depuis Paul Lazarsfeld (Lazarsfeld, Berelson, Gaudet, 1944), les études académiques sur la réception se sont détournées de la thèse selon laquelle les mass médias et les « campagnes » influenceraient directement le comportement électoral, tout au moins sur la base d'une psychologie des petits groupes, la théorie de Niklas Luhmann ouvre de nouvelles perspectives. En effet, son originalité est de se préoccuper de l'influence des médias non sur le comportement électoral, mais sur les décisions fonctionnelles du système politique. La question soulevée par Niklas Luhmann est celle de l'influence des mass médias sur l'exercice du pouvoir. Cette thématique est d'ores et déjà, quoiqu'assez peu, abordée dans les recherches consacrées à la mise sur agenda et à leurs effets parlementaires (par exemple, Vliegthart, Walgrave, 2009) ; elle mériterait cependant d'être étendue et densifiée en termes théoriques. Au-delà de la concomitance chronologique entre agendas parlementaire et médiatique, quel est le processus assurant le couplage entre mass médias et exercice du pouvoir ?

Certes des études de terrain attirent l'attention sur des phénomènes qui ne sont pas spontanément décelés. Cependant, ces études relatives à la mise sur agenda médiatique pourraient être largement développées afin de sortir de la généralisation, plus empirique que théorique, des médias. Il faudrait admettre que, si les médias font système, les organisations qui composent le système des mass médias sont non seulement hétérogènes mais aussi concurrentes dans le renouvellement constant de l'information. Des recherches (*e.g.* Henry, 2003) ont d'ailleurs montré comment la mise sur agenda de thèmes de santé publique passe par des mass médias diversifiés – spécialisés, populaires – impliquant des journalistes débutants à la recherche de nouveaux sujets, ou par des médias généralistes, mais cette fois sur des sujets (*e.g.* le sida) dont les journalistes installés sont sociologiquement plus proches. Le système des mass médias inclut donc des organisations qui respectent le codage en termes d'information/non-information mais qui, aussi, se confrontent à travers la sélection des nouveautés.

Sur cette base pourrait ainsi être analysée l'influence des mass médias sur les communications, au sens luhmannien du terme, menées dans le système politique qui est constamment perturbé par le système des mass médias auquel il est couplé. Ce couplage indique que le système politique ne peut pas ignorer les médias et que les médias ont besoin de l'information issue du système politique pour créer la surprise (le scoop parfois) au même titre qu'ils usent du sport ou des résultats boursiers (Luhmann, 2000). En définitive, a-t-on vraiment besoin d'une notion d'opinion publique telle que celle décrite par Niklas Luhmann ? Sans doute pas mais elle nous permet de soulever le problème du couplage des mass médias et du système politique. Cette problématique du couplage est alors susceptible de baliser des champs de

recherche qui restent grandement à explorer.

Bibliographie

Bateson G., 1972, *Steps to an Ecology of Mind: Collected Essays in Anthropology, Psychiatry, Evolution and Epistemology*, Chicago, Chicago University Press.

Habermas J., 1990, « L'espace public », 30 ans après », trad. de l'allemand par P. Chanial et T. Straumann, *Quaderni*, 18 pp. 161-191. Accès : https://www.persee.fr/doc/quad_0987-1381_1992_num_18_1_977, 1992.

Habermas J., 1998-1999, *Après l'État-nation. Une nouvelle constellation politique*, trad. de l'allemand par R. Rochlitz, Paris, Fayard, 2000.

Henry E., 2003, « Du silence au scandale. Des difficultés des médias d'information à se saisir de la question de l'amiante », *Réseaux*, 6 (122), pp. 237-272. Accès : <https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2003-6-page-237.html>.

Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H., 1944, *The People's Choice*, New York, Columbia University Press, 1949.

Luhmann N., 1984, « Communication et action », trad. de l'allemand par Réseaux CNET, *Réseaux*, 50, pp. 131-156, 1991.

Luhmann N., 1987, *Social Systems*, trad. de l'allemand par J. Bednarz Jr et D. Baecker, Stanford, Stanford University Press, 1995.

Luhmann N., 1995, *The Reality of the Mass Media*, trad. de l'allemand par K. Cross, Cambridge, Polity Press, 2000.

Luhmann N., 1997, *Theories of Society*, trad. de l'allemand par R. Barrett, Stanford, Stanford University Press, 2012.

Luhmann N., 2000, « L'opinion publique », trad. de l'allemand par S. Avril et F. Jobard, *Politix*, 14 (55), pp. 25-59, 2001. Accès : http://www.persee.fr/doc/polix_0295-2319_2001_num_14_55_1171.

Maturana H. R., Varela F. J., 1980, *Autopoiesis and Cognition. The Realization of the Living*, Dordrecht, D. Reidel Publishing Company.

Rousseau J.-J., 1762, « Du contrat social ou principes du droit politique », in : *Collection complète des œuvres*, Genève, s.n., 2012. Accès : <http://www.rousseauonline.ch/Text/du-contrat-social-ou-principes-du-droit-politique.php>.

Vliegthart R., Walgrave S., 2009, « Média et politique. Les conditions de l'effet des médias sur l'agenda parlementaire belge », *Revue internationale de politique comparée*, 16 (3), pp. 423-440. Accès : <https://www.cairn.info/revue-internationale-de-politique-comparee-2009-3-page-423.htm>.