

« Espace public » et recherche critique : pourquoi se méfier d'un concept passe-partout

Loïc Ballarini

Le concept d'espace public connaît un succès paradoxal. Fréquemment évoqué dans des articles ou dans l'introduction d'ouvrages, il n'est quasiment jamais mis en œuvre en tant qu'élément d'un cadre théorique destiné à l'élucidation d'une problématique. Il est en fait devenu d'usage si courant qu'il semble fonctionner comme un acquis de la pensée, désignant un invariant dont la définition serait partagée par tous, sans pour autant être utile dans la conduite d'une recherche. Dans une perspective de recherche critique en communication, ce paradoxe soulève des questions qui sont de nature à remettre en cause le modèle hérité de Jürgen Habermas.

Publié initialement en 1962 en Allemagne, *L'Espace public* (Habermas, 1993) a suscité maints écrits et débats, faisant le succès d'un concept qui a rapidement essaimé hors du champ scientifique. Les milieux politique et médiatique ont notamment été séduits par une vision qui, en considérant l'espace public comme le lieu où les idées circulent afin de construire une opinion publique, les conforte comme seules instances légitimes du débat démocratique. Mais alors qu'elle devrait justement entraîner la prudence des chercheurs, cette réception simplifiée semble au contraire s'imposer à nombre d'entre eux. Dans l'immense majorité des cas où il est mentionné, le concept d'espace public n'est en effet jamais accompagné d'une définition, tout au plus d'une référence à l'ouvrage fondateur d'Habermas (1993). Ce faisant, les auteurs acceptent implicitement le cadre posé par Habermas, en négligeant les implications de celui-ci pour leurs

recherches. Issu de mon travail de thèse, cet article vise à analyser les implications profondes de la conception habermassienne de l'espace public. En dépassant les critiques habituellement formulées à son encontre, il entend montrer en quoi cette conception peut être néfaste pour les recherches en communication, avant de suggérer quelques pistes pour y remédier.

1. Les deux visages de l'espace public

Qu'est-ce que l'espace public ? À cette question, Habermas (1993) n'apporte pas une réponse, mais deux. Deux définitions successives à la portée bien différente : la première répond à une démarche scientifique, quand la seconde glisse vers le jugement moral.

1.1 « Une catégorie caractérisant une époque déterminée »

Habermas considère la sphère publique comme un principe structurant l'ordre politique. Quelle que soit l'époque à laquelle on s'intéresse, les définitions respectives et les relations entre les domaines privé et public déterminent la manière de faire de la politique et, plus largement, le fonctionnement de la société. C'est le cas de la cité grecque, dont la vie s'articule autour de l'opposition nette entre l'*oikos*, le domicile et les affaires économiques, et la *polis*, l'assemblée des citoyens égaux où sont discutées les questions communes. C'est également le cas de la « sphère publique structurée par la représentation » (Habermas, 1987) qui était le modèle du Moyen-Âge. C'est enfin le cas de la « sphère publique bourgeoise » qui caractérise l'Europe du XVIII^e siècle et à laquelle Habermas s'intéresse plus particulièrement.

Si nous parvenions à comprendre l'histoire et les structures du complexe que nous embrassons de nos jours assez confusément sous l'intitulé « espace public », nous serions alors en droit d'espérer à travers une telle démarche, outre un éclaircissement de ce concept du point de vue sociologique, que l'une des catégories centrales de notre propre société nous en livre la compréhension systématique (Habermas, 1993, p. 17-18).

L'ambition d'Habermas est donc grande, peut-être démesurée : l'étude de l'espace public doit conduire à la « compréhension systématique » (*ibid.*) de la société. Élaborer un tel concept suppose qu'il soit à la fois suffisamment précis pour rendre compte des phénomènes sociaux les plus divers, tout en autorisant une montée en généralité suffisamment importante pour donner à entendre, grâce à un travail d'abstraction, un principe générateur de la société. Sans doute conscient des difficultés d'une telle entreprise, Habermas a soin de prendre très tôt quelques précautions méthodologiques qui sont loin d'être anodines. La première phrase de son ouvrage est en effet : « La présente étude a pour tâche d'analyser le modèle de l'« espace public bourgeois » » (Habermas, 1993, p. 9). Dans le court avant-propos qui ouvre *L'Espace public*, il décrit son projet et insiste à plusieurs reprises sur le fait que la sphère publique bourgeoise doit être comprise comme « une catégorie caractérisant une époque déterminée » (Habermas, 1993, p. 9). La dimension historique, à laquelle il fait constamment appel, est là pour rappeler que l'espace public n'est pas envisageable sans une analyse préliminaire des circonstances particulières dans lesquelles il naît, se développe et se transforme. Si le concept d'espace public est destiné à fournir le socle d'une théorie sociale, les moyens d'y parvenir passent d'abord par la description d'une de ses manifestations, l'idéaltype de la sphère publique bourgeoise. Habermas en donne la définition au début du chapitre II de son ouvrage :

La sphère publique bourgeoise peut tout d'abord être comprise comme la sphère des personnes privées rassemblées en un public. Celles-ci revendiquent cette sphère publique réglementée par l'autorité, mais directement contre le pouvoir lui-même [...]. Le médium de cette opposition entre la sphère publique et le pouvoir est original et sans précédent

dans l'histoire : c'est l'usage public du raisonnement (Habermas, 1993, p. 38).

Ce type de sphère publique apparaît dans les clubs et salons à la fin du XVII^e siècle en Angleterre, au cours du XVIII^e en France puis en Allemagne. Il est le résultat du profond mouvement de transformation engagé dès le XIII^e siècle, notamment à travers le développement du grand commerce précapitaliste. Ayant progressivement assuré sa domination sur le domaine économique, qui échappe désormais à l'aristocratie, la bourgeoisie va naturellement revendiquer une domination politique qui lui fait encore défaut. Elle le fait en pratiquant une forme de double langage : en apparence, elle défend une sphère publique ouverte à tous, où tous sont considérés comme égaux, et dans laquelle les idées politiques peuvent être librement débattues. On y fait un usage public de la raison : un argument ne s'impose que parce qu'il est rationnellement jugé meilleur qu'un autre. Mais en réalité, la bourgeoisie ne fait que défendre ses propres intérêts en les faisant passer pour l'intérêt général. En affirmant se battre contre la domination, elle ne cherche en fait qu'à installer et à maintenir sa propre domination.

1.2 Un idéal normatif

La recherche des déterminants historiques et sociaux de la sphère publique bourgeoise, la description de son fonctionnement et de ses contradictions occupent les trois premiers chapitres de *L'Espace public*. Dans la suite du livre, qui compte quatre autres chapitres, Habermas (1993) laisse de côté ses précautions méthodologiques, abandonnant la démarche idéal-typologique pour se livrer à l'élaboration d'un modèle normatif d'espace public qui perd sa capacité à rendre compte des phénomènes sociaux. Bien qu'il continue à faire assaut de références savantes, il ne

s'en sert plus pour mettre en lumière la complexité des situations ou l'ambiguïté des notions. Au contraire, il se contente d'exposer différentes visions avant d'imposer une définition présentée comme naturelle.

C'est ainsi qu'il opère lorsqu'il analyse différents écrits sur l'opinion publique. Hegel et Marx d'une part, Mill et Tocqueville d'autre part, à partir de visions du monde opposées, avancent des arguments qui, selon Habermas lui-même, remettent en cause le concept de sphère publique bourgeoise. Puisqu'il a pris le temps de cette étude, on aurait donc pu s'attendre à ce qu'il discute ces critiques, en retienne certaines ou en rejette d'autres. Il ne fait pourtant que les renvoyer dos à dos, avant de conclure, sans plus de justification, que la sphère publique bourgeoise a dépassé le stade de son apogée. Or, qu'y a-t-il après l'apogée ? Le déclin. Habermas introduit ici un jugement de valeur dans son analyse historique. De l'idéaltype de la sphère publique bourgeoise, il fait un idéal dont il ne peut effectivement que regretter le déclin. La sphère publique bourgeoise était au départ comprise comme l'outil qui a permis, à la bourgeoisie anglaise, française et allemande d'étendre au domaine politique la domination qu'elle exerçait déjà en matière économique. C'était un modèle correspondant à une époque précise, le XVIII^e siècle. Habermas le transforme en une norme indispensable à *toute* société démocratique, transformant l'espace public historiquement déterminé en idéal d'une discussion d'intérêt général fondée sur l'échange rationnel d'arguments. L'usage public de la raison se voit alors doté d'une fonction, celle de la production d'une opinion publique. Ce faisant, Habermas passe de la méthode scientifique, qui consiste à tenter de dire ce qui est, à la posture morale, qui énonce ce qui devrait être.

Un bon exemple de cette posture morale réside justement dans les raisons invoquées par Habermas pour expliquer le déclin de la sphère publique bourgeoise à partir du XIX^e siècle : c'est la massification des communications et l'ouverture de l'espace public à des catégories moins

cultivées qui seraient à l'origine de sa perte. Le sous-chapitre 18, consacré à l'étude des publics, est ainsi une litanie de clichés sur le caractère nécessairement néfaste de la culture de masse :

La radio, le cinéma et la télévision font radicalement disparaître la distance que le lecteur est obligé d'observer lorsqu'il lit un texte imprimé — distance qui [...] était la condition nécessaire d'une sphère publique où pouvait avoir lieu un échange réfléchi sur ce qui avait été lu (Habermas, 1993, p. 178).

La grande presse tout d'abord, et à sa suite les nouveaux médias du XX^e siècle, auraient donc en commun d'abolir la distance critique qui existait lorsque la presse était réservée à une élite et de replonger le lecteur/spectateur/auditeur dans l'état de minorité dont Kant voulait à tout prix l'aider à sortir¹. Serinée à toutes les époques sans jamais avoir été prouvée, cette formule ne montre finalement que la peur des élites, auxquelles Habermas s'identifie, de perdre une partie de leur pouvoir symbolique et opérationnel au profit d'une population moins éduquée qu'elle.

1.3 Poursuivre la critique

On trouve donc dans le même livre deux conceptions très différentes de l'espace public, dont la seconde, qui est l'extension illégitime de la première, n'a pas d'assise scientifique et ne peut servir à conduire une recherche. Comment peut-on alors parler d'« espace public » sans préciser à laquelle de ces conceptions l'on fait référence ? La question pourrait paraître naïve, tant la vision normative d'Habermas a été critiquée, et tant a été louée sa propre capacité à répondre aux critiques, notamment à travers la préface qui accompagne les éditions récentes de *L'Espace*

1 Habermas utilise le terme *Mündigkeit* pour désigner la « distance émancipatoire » supprimée par les nouveaux médias (1993, p. 179). Kant (2007) utilisait le même terme pour désigner l'état de majorité auquel conduisent les Lumières.

*public*². Il faut cependant garder à l'esprit qu'au terme de l'ouvrage, c'est bien la seconde définition qui a la préférence d'Habermas. Une mention sans précision implique donc acceptation de cet idéal certes séduisant, mais non scientifique.

En outre, si la démarche de discussion d'Habermas est intéressante, elle mérite d'être à son tour discutée. L'auteur sélectionne en effet soigneusement les critiques auxquelles il répond. Et celles qu'il choisit ne sont pas de nature à remettre en question ses propres conclusions. « Bien sûr, une évaluation erronée n'altère pas les grandes lignes du processus de transformation que j'ai décrit », affirme-t-il dans cette fameuse préface (1993, p. x), ajoutant un peu plus loin : « Je tiens tout de même, maintenant comme précédemment, à l'intention qui a guidé l'ensemble de la recherche » (1993, p. xx). Le cas d'Oskar Negt est à ce titre exemplaire. Dans *Espace public et expérience*, initialement publié en 1972, il dénonce la manipulation théorique opérée par Habermas, qui tente de faire passer l'espace public pour la « synthèse illusoire de la totalité sociale » (2007, p. 96). Pour Negt, le glissement d'Habermas de la science vers la morale a une fonction précise : il s'agit de dissimuler « la véritable structure productive de la société » (*ibid.*, p. 55), c'est-à-dire dissimuler les rapports de classes pour mieux naturaliser la domination bourgeoise. Habermas ne peut ignorer les travaux de Negt, qui a été son assistant de 1962 à 1970 et qui appartient également à l'école de Francfort. Mais il se garde bien de les citer dans sa préface.

2 Cette préface a été rédigée pour l'édition allemande de 1990. Elle a notamment été reprise dans l'édition française de 1993 (p. I-XXXV) et dans Calhoun (1992, p. 421-461).

2. L'ambition renouvelée d'une théorie sociale

En faisant le choix d'édicter une norme plutôt que d'approfondir un modèle, Habermas échoue dans sa tentative d'élaborer une théorie sociale. Il n'y renonce pas pour autant, pas plus qu'à l'idéal de la discussion rationnelle, et tente à nouveau de les concilier dans son ouvrage *Théorie de l'agir communicationnel* (1987, initialement publié en 1981). Il y procède à une généralisation du concept d'espace public, concevant l'activité humaine comme une activité de communication dans laquelle les individus tentent de construire un consensus : pour Habermas, la théorie de l'agir communicationnel « met au centre d'intérêt l'intercompréhension langagière en tant que mécanisme d'orientation de l'action » (Habermas, 1987, tome 1, p. 284).

2.1 L'agir communicationnel ou l'idéal de l'intercompréhension

En revisitant la conception de l'action rationnelle de Max Weber et la théorie des actes de langage de John L. Austin, Habermas (1987) affirme qu'il existe deux types de rationalité orientant l'action : la recherche d'un consensus et la satisfaction d'un intérêt. L'agir communicationnel rassemble toutes les interactions langagières guidées par la recherche active de l'intercompréhension entre les acteurs. Celles qui sont guidées par la satisfaction d'un intérêt sont quant à elles regroupées sous le terme d'agir stratégique. Ce dernier décrit donc des actions langagières destinées à produire un effet sur le destinataire du message : l'agir stratégique est une perversion de l'usage public de la raison, qui ne peut être orienté que vers l'intercompréhension et qui est le seul à même de définir la structure et le fonctionnement de la société.

Pour résumer, on pourrait dire qu'Habermas théorise comme s'il ouvrait des poupées gigognes successives. Sa théorie sociale est une philosophie du langage, fondée sur le postulat que c'est le langage qui fait société. Le langage, quant à lui, est composé d'échanges et d'actes de communication qu'Habermas regroupe sous le terme d'agir communicationnel. Ce dernier est compris comme l'ensemble des échanges visant l'intercompréhension. Le problème est que la dernière poupée, celle de l'intercompréhension, est si petite qu'elle a bien du mal à répondre à l'ambition d'Habermas, qui est d'embrasser la totalité sociale.

2.2 Les conditions illusoires de l'agir communicationnel

Habermas énonce trois conditions qui doivent être réunies pour qu'une interaction puisse être considérée comme constitutive de l'agir communicationnel. Tout d'abord, le locuteur doit émettre, dans son message même, des prétentions à la validité dont la caractéristique principale est qu'elles sont critiquables — en effet, ce n'est que parce que le locuteur accepte que son énoncé puisse être discuté qu'il assure son interlocuteur de sa volonté de parvenir à un consensus³. La seconde condition concerne non plus le contenu, mais la forme du message : il faut que « les expressions linguistiques utilisées soient grammaticalement bien formées et que les conditions contextuelles requises pour le cas typique de l'acte de parole soient remplies » (Habermas, 1987, tome 1, p. 307). Enfin, la troisième condition concerne les caractéristiques de l'échange : « le terme d'intercompréhension (*Verständigung*) a pour signification minimale qu'(au moins) deux sujets capables de parler et d'agir comprennent identiquement une expression

3 Il y a trois types de prétention à la validité : la prétention à la vérité (présentation d'un état de fait objectif) ; la prétention à la justesse (instauration d'une relation interpersonnelle) ; la prétention à la véracité (autoreprésentation du locuteur, qui fait appel à un monde subjectif).

langagière » (*ibid.*, p. 315).

La première condition est très restrictive : le fait d'exclure de la définition de l'acte de langage toute autre intention que la recherche active de l'intercompréhension implique de renoncer à des pans essentiels de la réalité sociale et, notamment, à tout ce qui a trait aux rapports de force. Les deux autres conditions relèvent d'une conception naïve de l'échange interpersonnel, que la simple observation de la vie quotidienne suffit à infirmer, et que de nombreux auteurs ont contribué à remettre en cause de manière scientifique. En littérature comme en sciences de l'information et de la communication, les études de réception sont de puissants remèdes au mythe selon lequel la communication serait faite de messages compris identiquement par les interlocuteurs. De plus, comment peut-on limiter les actes de langage dignes d'être étudiés aux expressions « grammaticalement bien formées » ? Sans même parler des jeux de mots ou des expressions toutes faites, nombre d'échanges verbaux transgressent les règles canoniques de grammaire et de syntaxe sans pour autant nuire à la communication.

Il est difficile d'imaginer qu'une théorie sociale reposant sur le langage puisse négliger ces questions. Habermas ne s'y arrête cependant pas et pousse sa logique jusqu'au bout. L'éthique de la discussion qu'il avait esquissée dans *L'Espace public* devient une loi naturelle dans *Théorie de l'agir communicationnel*. Car la recherche du consensus n'est pas seulement le résultat d'un choix moral fait par les interlocuteurs : elle est la structure même du langage, qui détermine la structure de la société. Habermas, qui a toujours prétendu vouloir renouveler les analyses de l'École de Francfort, fait ici prendre à la Théorie critique un tournant linguistique radical. Ce n'est plus le travail et, conséquemment, les rapports de domination et d'exploitation, qui sont l'élément constitutif des sociétés humaines, mais le langage, étant entendu que le langage est nécessairement orienté vers l'intercompréhension.

2.3 La dissimulation des rapports de force

Oskar Negt (2007) reprochait à l'espace public de dissimuler les rapports de force et la majorité des phénomènes sociaux. L'agir communicationnel fait de même : il est conçu pour ne prendre en compte que les phénomènes irénistes du langage. Tous les phénomènes agonistiques tels que la menace, la contrainte et la dispute, mais aussi la diplomatie et toutes les formes de conflit accompagnées ou non de négociations, lui échappent irrémédiablement. Par conséquent, l'un comme l'autre mènent à des voies empiriques et conceptuelles sans issue. Pourtant, le concept d'espace public version idéale-normative et la théorie de l'agir communicationnel font toujours l'objet de très nombreuses références sans précaution. Les raisons de ce succès sont à chercher dans ce que le philosophe Jean-Jacques Lecercle (2004) appelle la « conjoncture Habermas », une période historique qui va de 1975 à 1995 environ. Pendant celle-ci, Habermas (1987) fournit la philosophie du langage dont a besoin la société bourgeoise dite « néolibérale » de la fin du XX^e siècle. En apposant un vernis scientifique au *credo* jamais démontré selon lequel le langage est un instrument neutre et transparent de communication, la théorie de l'agir communicationnel constitue la représentante la plus élaborée de l'idéologie de la communication qui s'est développée depuis la Seconde Guerre mondiale. La force de cette nouvelle *doxa* repose sur son apparente évidence (qui peut contester le fait que le langage sert à communiquer ?), évidence qui fait oublier la construction historique d'un discours dont la fonction est de dépolitiser le débat sur les enjeux collectifs en dissimulant les conflits et rapports de force.

L'idéologie de la communication est celle qui convient au capitalisme, [...] elle représente le libéralisme en matière de langage en ce qu'elle fétichise et met en relation deux locuteurs idéaux, un Destinateur et un Destinataire, dont la position est en principe réversible (Lecercle, 2004, p. 66).

Là où le néolibéralisme économique tente de faire oublier les rapports de domination sociale en laissant entendre qu'employeur et employé seraient sur un pied d'égalité, la philosophie du langage d'Habermas (1987) prétend démontrer que, dans l'échange langagier, destinataire et destinataire seraient interchangeables. Or, il n'en est rien. Même dans les interactions quotidiennes au sein du foyer, du voisinage, du cercle familial ou d'amis et *a fortiori* du travail, l'échange n'est que rarement égal, marqué qu'il est par les déterminants sociaux des interlocuteurs ainsi que par leurs compétences sur le sujet abordé et leur aisance à s'exprimer et à formuler des arguments. La situation est encore plus déséquilibrée dans le cas de la transmission à sens souvent unique entre média et récepteur, ou entre élu et électeur.

D'autres espaces publics sont possibles

La recherche critique en communication, attentive aux rapports de domination, aux phénomènes de résistance, aux tensions entre groupes sociaux et aux formes et usages historiquement déterminés des moyens de communication, ne peut se satisfaire d'une théorie dont l'effet premier est de dissimuler les rapports de force. La société n'est pas langage, et encore moins langage orienté vers l'intercompréhension. La société est rapports de force, habillés de langage. Le langage reste donc certainement indispensable à la compréhension de la société, mais pas de la manière dont Habermas l'entend.

De nombreux auteurs ont déjà montré que d'autres espaces publics sont possibles. Il n'entre pas dans le propos de cet article de détailler leurs contributions, simplement d'indiquer quelques pistes. Parmi les plus intéressantes, mentionnons celles tracées par Peter Dahlgren (1995), qui introduit la dialectique entre domaine commun et domaine partisan ; et par Érik Neveu et Bastien

François (1999), qui proposent un riche programme de recherches autour de l'espace public. Un recours modéré à l'œuvre de Bernard Miège est également envisageable : ses articles de 1995 (a et b) ouvrent de pertinentes perspectives sur la dynamique et la fragmentation des espaces publics. Cependant, l'ouvrage qu'il a récemment consacré à l'espace public prend essentiellement la forme d'une laborieuse défense de la posture morale d'Habermas et ce, bien qu'il prétende en faire la critique (Miège, 2010 ; Ballarini, 2011).

Ces approches ne constituent toutefois qu'un premier pas. Elles ne remettent en effet pas en cause le postulat fondamental d'Habermas, à savoir le mythe du langage orienté vers l'intercompréhension. Quatre auteurs peuvent nous guider plus avant sur ce chemin qui doit nous conduire à ne plus jamais mentionner le concept d'espace public sans l'assortir d'une définition. Les deux premiers ont déjà été abordés : il s'agit d'Oskar Negt (2007), qui pose la question des intérêts particuliers dans l'espace public, et de Jean-Jacques Lecercle (2004), qui porte cette réflexion sur les tensions sociales en matière de philosophie du langage. Lecercle propose pour ainsi dire de « retourner » le tournant linguistique effectué par Habermas (1987) en replaçant au centre de l'attention non plus l'intercompréhension, mais le travail. La troisième contribution à la remise en question du mythe du langage orienté vers l'intercompréhension est à lire chez Hannah Arendt (2002). Habermas lui avait emprunté son histoire des relations entre sphères publique et privée. Il en avait tiré deux modèles : celui d'un espace public conçu comme le cadre de procédures conduisant à l'élaboration d'une entente, et celui d'un acteur défini par des droits, qui lui permettent de prendre part au débat public. Arendt (2002) ne s'engage pas dans cette voie. Pour elle, au contraire d'Habermas, l'acteur ne préexiste pas à son acte : c'est l'acte qui révèle l'acteur, c'est la prise de parole qui révèle le citoyen. L'échange n'est pas recherche d'intercompréhension, il est lutte. L'espace public qu'Arendt invite à penser sans en utiliser le

terme n'est donc pas défini par des normes, mais apparaît au gré des prises de parole et prend des formes changeantes selon le contexte. Parce qu'il se fonde sur la prise en compte des rapports de force, il permet d'envisager une lecture critique des phénomènes observés. Enfin, le quatrième auteur qui peut nous aider à faire sortir l'espace public de l'agir communicationnel est Habermas lui-même. Pas n'importe quel Habermas : celui des trois premiers chapitres de *L'Espace public*, où la sphère publique bourgeoise désigne un lieu, symbolique ou non, où s'échangent les idées et se forment les opinions, sans ignorer que la prétention à l'universalité de cet espace public particulier est illusoire, et qu'il ne constitue en réalité qu'un outil permettant à une catégorie de population d'exercer une forme d'influence sur une société historiquement déterminée.

Bibliographie

Arendt, H. (2002 [1958]). *Condition de l'homme moderne*. Paris : Pocket.

Ballarini, L. (2011). Bernard Miège, L'espace public contemporain. Approche Info-Communicationnelle. *Lectures, Les Comptes rendus 2011*. Repéré à <http://lectures.revues.org/6264>.

Calhoun, C. (1992). *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge, Massachussets/Londres : The MIT Press.

Dahlgren, P (1995). *Television and the Public Sphere*. Londres : Sage Publications.

François, B., et Neveu, É. (1999). *Espaces publics mosaïques. Acteurs, arènes et rhétoriques des débats publics contemporains*. Rennes : Presses universitaires de Rennes.

Habermas, J. (1993 [1962]). *L'Espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Paris : Payot.

Habermas, J. (1987 [1981]). *Théorie de l'agir communicationnel*. Paris : Fayard.

Kant, I. (2007 [1784]). *Qu'est-ce que les Lumières ?* Paris : Hatier.

Lecerle, J.-J. (2004). *Une philosophie marxiste du langage*. Paris : Presses universitaires de

France.

Miège, B. (1995a). L'espace public : perpétué, élargi et fragmenté. Dans Pailliat, I. (dir.), *L'espace public et l'emprise de la communication* (163-175). Grenoble : Ellug.

Miège, B. (1995b). L'espace public : au-delà de la sphère politique, *Hermès*, 17-18, 49-62.

Miège, B. (2010). *L'espace public contemporain. Approche Info-Communicationnelle*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.

Negt, O. (2007). *L'espace public oppositionnel*. Paris : Payot.