

## Information, publicité, régulations

20 février 2024

Réguler – cette pratique consistant à repérer puis à faire fructifier, dans chaque acteur, la capacité à modérer son propre comportement – est avant tout un acte discursif et dialogique. Les documents examinés lors des derniers ateliers « régulations » organisés au LARHRA le montrent assez. Qu'il s'agisse d'encadrer une pratique commerciale douteuse, d'orienter le choix d'études d'un individu, son habillement ou ses consommations, la mise en ordre du monde passe d'abord par l'affirmation haute et claire d'une norme, d'une règle, de principes qu'il suffirait, idéalement, de formuler pour qu'ils agissent. Entre l'intention régulatrice et la production d'effets concrets, les acteurs font évidemment l'expérience de plus ou moins de coercition. Mais, qu'il soit question d'organiser un marché ou de réprimer des migrations, le discours joue toujours un rôle essentiel dans l'efficacité ou l'échec du dispositif. Il donne l'ordre – ou l'incitation – à ceux qu'il s'agit de contraindre. Il justifie la contrainte – ou la libéralité – auprès de ceux qui trouveraient à redire. Il dévoile le mystère des fins dernières de l'action – ou l'obscurcit selon la stratégie. Quelle que soit l'option, la mise en place d'une situation où certains émettent et décident quand d'autres reçoivent et exécutent est le corollaire de toute régulation, sinon de tout rapport de pouvoir. La parole, cependant, n'est jamais exclusivement donnée au régulateur. La réplique est une virtualité du commandement ; tenter de réguler touche toujours au risque d'une soudaine libération des opinions qui devaient, initialement, être contenues.

Réguler, serait-ce alors savoir distribuer la parole avant toute chose ? Maîtriser l'information, voire contrôler ce grand marché communicationnel que l'on nomme publicité ? Et puisque réguler repose sur une certaine pensée systématique, faut-il penser que l'histoire des systèmes d'information et de communication dirige celle de la régulation ? Révéler ou cacher ; engranger la mémoire ou susciter l'oubli ; être le premier ou le dernier entendu ; choisir à qui l'on parle et qui l'on ne parle pas ; mais parler avant tout : voilà de quoi le pouvoir semble fait à l'ère des médias de masse. Mais il en va de même dès lors que la révolution de l'imprimé décuple la capacité à convertir l'information en capacité d'action. Nombre de travaux ont révélé l'importance toujours plus décisive qu'à eu le couple secret/publicité dans la pratique administrative et politique à partir du XV<sup>e</sup> siècle : une opération plus ou moins exhaustive de recherche et de tri des paroles et des connaissances disponibles se profile aux racines de l'exercice politique moderne. Et comme une tentative de prévoir et d'orienter les effets de l'inéluctable asymétrie des savoirs entre acteurs, l'idée de régulation semble s'inscrire dans son prolongement.

Faut-il donc voir dans l'administration moderne et dans la publicité les milieux où naquirent puis se déploieront toutes les formes de régulation ? L'hypothèse est tributaire d'un imaginaire fort contemporain, qui identifie pouvoir et monopole de la parole efficace et/ou légitime. Elle ancre le principe de régulation dans une certaine époque – la notre – et lui assigne une généalogie parente de celle de notre modernité. Mais ce biais potentiel a aussi l'avantage de désigner, sur une base non arbitraire, un terrain pour reprendre notre chantier d'histoire transversale de la régulation. Plutôt que de limiter la recherche aux lisières du présent, associer information, publicité et régulation peut ouvrir, pour ces notions, les portes de la longue durée. Une double enquête se dessine. Son premier volet viserait à établir l'histoire des formes et des usages de la régulation collective du dire, au fur et à mesure que se cristallisent les contours de l'espace et des pouvoirs publics. Le second reprendrait l'histoire des formes de l'action collective, en considérant la publicité comme le principal aiguillon de leur transformation – du moins pour les six derniers siècles.

Un tel projet ne saurait évidemment être réalisé ni même défriché en l'espace de quelques heures. Mais quelques heures suffisent à rendre l'hypothèse féconde. Collecter des indices, confronter la question aux multiples documents susceptibles de la recevoir, susciter enfin d'autres

découvertes, mêmes incidentes : voilà déjà les premiers jalons. Ce nouvel atelier souhaiterait les poser.

Nous recevrons donc à cette fin Gauthier Mingous, docteur en histoire et chercheur associé au LARHRA, pour une communication intitulée : « Une impossible régulation ? Pouvoirs urbains et contrôle de l'information pendant les guerres de Religion ». Cette réflexion sur la politique informationnelle des élites urbaines du XVI<sup>e</sup> siècle et leur capacité à réguler l'information en fonction des contextes et des enjeux politiques et confessionnels nous permettra non seulement d'évaluer la pertinence du cadre chronologique proposé pour l'enquête, mais encore de commencer à réfléchir aux divers problèmes concrets que soulève, en général, la volonté de réguler le foisonnement des opinions. Ces réflexions seront ensuite réinvesties et approfondies par l'examen collectif des pièces d'archives amenées par les participants et participantes, au cours duquel seront sans doute découvertes de nouvelles modalités d'articulation problématique des concepts d'information, de publicité et de régulation.

Le panorama ainsi dressé saura à n'en pas douter enrichir les recherches particulières de toutes et tous.