SPIEß, Karl-Heinz, *Medien der Kommunikation im Mittelalter*

Pierre Monnet

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/ifha/982>

DOI : 10.4000/ifha.982

ISSN : 2198-8943

Éditeur

IFRA - Institut franco-allemand (sciences historiques et sociales)

Référence électronique

Pierre Monnet, « SPIEß, Karl-Heinz, *Medien der Kommunikation im Mittelalter* », *Revue de l'IFHA* [En ligne], Date de recension, mis en ligne le 01 janvier 2004, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/ifha/982> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ifha.982>

Ce document a été généré automatiquement le 22 septembre 2020.

©IFHA

SPIEB, Karl-Heinz, *Medien der Kommunikation im Mittelalter*

Pierre Monnet

- 1 Communication, information, espace de publicité, propagande... les médiévistes continuent plus que jamais de visiter les échanges écrits, oraux, visuels et gestuels des médiévaux à l'aune de concepts fournis avant tout par les sciences de la communication, du langage et de la politique. On ne s'étonnera donc pas que le premier des deux volumes ici recensés, celui qu'a dirigé K.H., prenne le temps de s'interroger sur la validité de l'emploi de telles notions en histoire et singulièrement en histoire du Moyen Âge. On regrettera au passage l'absence d'une telle interrogation, et d'ailleurs de toute introduction, dans le volume pourtant remarquable publié cette fois par K.-H.S. En effet, qui pense aujourd'hui aux médias, à la communication et plus encore à la propagande, songe ou bien à la presse audio-visuelle, ou bien aux innombrables départements de relations publiques des institutions et entreprises, ou bien encore à une politique délibérée de persuasion et d'endoctrinement idéologiques dans lesquels les régimes totalitaires du XXe s. étaient tellement passés maîtres qu'ils en avaient créé des ministères spécialement affectés à leur entretien. Au mieux l'historien viendra souligner que le mot « propagande » remonte davantage à la création par Grégoire XV en 1622 de la Sacra congregatio de propaganda fide et que celui de communication renvoie pour l'essentiel, dans un registre prémoderne, à la communion des fidèles, de l'Église et des saints, dont on était précisément exclu par l'excommunication...
- 2 Pourtant, depuis vingt ans et plus, les médiévistes européens n'ont pas hésité à employer ces termes pour qualifier la circulation d'informations, le dialogue entre les pouvoirs, les échanges entre groupes sociaux, les mises en œuvre langagières et symboliques ainsi que les vecteurs variés de tous ces transferts. C'est donc bien l'historicité des notions de communication et de propagande, et partant les modèles d'interprétation d'une société donnée par les spécialistes qui doivent ici retenir l'attention, plus que le débat au fond assez stérile des emplois licites ou illicites de termes réputés « anachroniques » : il s'agit de comprendre et non d'interdire. De ce point de vue, les deux volumes rassemblent un ensemble d'études qui confirment et

approfondissent ce que l'on savait déjà, à savoir qu'une partie de la société médiévale a bien construit et structuré des champs de communication avec des règles, des pôles et des fonctions précis. Mieux que cela, la communication et la propagande, cette dernière comprise comme une politique des mots et des images qui visent certains effets et provoquent des réactions, ne sont pas seulement organisées mais occupent une fonction sociale et culturelle en terme de représentation des individus, des groupes et des institutions. C'est la raison pour laquelle l'attention s'est portée sur les modes de représentation à l'œuvre et sur le type et l'ampleur du public impliqué aux différents moments de la chaîne communicative. Une institution a naturellement été privilégiée comme auteur et cible : l'Église, dont certaines évolutions peuvent être relues à la lumière des besoins, des nécessités et des inflexions d'une communication universelle. Les conflits ensuite ont bien été identifiés comme des moments d'intensification, d'accélération et d'innovation de la communication, de la propagande et de leurs procédés. De facture très classique, le premier volume viennois édité par K.H. s'est essentiellement intéressé à la communication et la propagande ecclésiastiques sous des angles aussi divers que la réaffirmation de l'orthodoxie, l'excommunication des personnes, la circulation des décrets et des lettres, la lutte contre les hérésies. Curieusement, deux modes et vecteurs de la communication médiévale ont été ce faisant négligés : l'image et le geste. Un article sur l'excommunication de Frédéric II en 1239 suivie d'une sentence de déposition prononcée au concile de Lyon en 1244, par ailleurs très intéressant, parvient cependant à ne pas parler de la guerre des images qui accompagna cet épisode. De ce point de vue, le second volume dirigé par K.-H.S. ouvre davantage, grâce en particulier à une anthropologisation plus nette de la thématique, la palette des occasions et des supports de la communication médiévale verbale et non verbale : images, fresques, objets, récits hagiographiques, œuvres « littéraires », gestes, symboles, lettres, premiers imprimés... et cela dans le but d'atteindre à une culture et à un imaginaire de communication qui appartenrent bien au Moyen Âge, celui des débuts comme de la « fin ».

- 3 Pierre MONNET (Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines)