Médias et sphères publiques en Suède. L'émergence d'une nouvelle hégémonie

Media and Public Spheres in Sweden. Emergence of a New Hegemony

Peter Dahlgren

Traducteur : Sébastien Genvo et Kristian Feigelson

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/4316>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.4316

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2004

Pagination : 73-90

ISBN : 978-2-86480-848-0

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Peter Dahlgren, « Médias et sphères publiques en Suède. L'émergence d'une nouvelle hégémonie », *Questions de communication* [En ligne], 6 | 2004, mis en ligne le 25 mai 2012, consulté le 07 mai 2019.

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/4316> ; DOI : 10.4000/questionsdecommunication.4316

PETER DAHLGREN

Médias et communication

Université de Lund, Suède

Peter.Dahlgren@soc.lu.se

MÉDIAS ET SPHÈRES PUBLIQUES EN SUÈDE

L'ÉMERGENCE D'UNE NOUVELLE HÉGÉMONIE

Résumé. — Il s'agit d'interroger le fonctionnement de l'espace public en Suède qui est essentiellement tourné vers la résolution de questions pratiques, sinon techniques, et prisonnier d'un provincialisme où la notion d'intellectuel reste péjorativement connotée. Les Suédois ont appréhendé le passage d'un État-Providence – social-démocrate et corporatiste – vers des formes néo-libérales où le paysage audiovisuel fait montre aujourd'hui d'un certain pluralisme. Mais il a aussi généré de la fragmentation et relégué les intellectuels vers des ghettos ou autres lieux d'isolement. Dans un contexte de nouvelle donne européenne, comment peuvent se rejouer les conditions du pluralisme et de la médiation, tant en Suède que sur les rives de la Baltique ?

Mots clés. — Consumérisme, corporatisme, culture civique, élites, journalisme, médias, sphère publique.

Le concept de sphère publique appliqué à l'arène communicationnelle définit les interactions entre citoyens et médias¹. Ce concept continue à générer un certain nombre de débats, et comme on peut d'ailleurs le constater en France, on examine son utilité dans la compréhension des dynamiques ou du développement de la démocratie². Comprendre les dimensions de la sphère publique d'une société donnée exige de la replacer dans une perspective sociale et historique, comme ici porter un regard sur la sphère publique médiatisée de la Suède, resituée dans le contexte des changements fondamentaux de ces dernières décennies. En effet, la société apparaît différente de ce qu'elle était un quart de siècle auparavant. Les stéréotypes sur l'État-Providence doté d'un secteur public solide, garantissant la sécurité matérielle de ces catégories sociales, pouvaient prévaloir jusqu'aux années 80 (Rosanvallon, 1981 ; Hautefeuille, Rehn, 1981). Un parti social-démocrate puissant, allié aux syndicats et aux mouvements populaires depuis les années 30, pouvait toujours clamer qu'il représentait avec succès les intérêts de la classe ouvrière vis-à-vis de l'industrie et du capital. Les relations sociales et les relations de classes, symbolisées par le consensus à la suédoise, se caractérisaient par cette relative harmonie. Celle d'une société bien établie ou organisée offrant toutes les garanties d'un avenir prometteur dans un contexte d'opulence matérielle et personnelle.

Aujourd'hui, de telles propositions ont été profondément altérées : une nouvelle hégémonie néo-libérale a remplacé cette vision sociale-démocrate de la société la considérant comme la « maison du peuple »³. Si cette notion de démocratie reste souvent invoquée dans le débat politique, elle implique différentes acceptions. La Suède apparaît toujours comme une société démocratique où prévaut pourtant un ordre social différent. La sphère publique médiatisée a joué un rôle important en réinterprétant ces changements pour contribuer à les propulser.

Éclipse d'une « maison du peuple » corporatiste

Depuis les années 30, la Suède fait preuve d'une forte tradition de démocratie sociale générant entre autres conséquences, des formes d'État interventionniste accompagnées d'un système extensif

¹ Remerciements à K. Feigelson pour la relecture critique de cet article.

² Pour des discussions plus récentes, voir Barril, Carrel, Guerrero, Márquez (2003) ; Cefai, Pasquier (2003) ; Dacheux (2003) ; Dahlgren (1995).

³ Le concept de *Folkhem*, érigé dans ces années 30 par A. Hansson est censé insuffler une énergie morale au modèle social en construction.

d'assistance sociale. Très longtemps au pouvoir, à l'exception de deux périodes durant lesquelles une coalition bourgeoise a dominé le gouvernement (1976-1982 et 1991-1994) le Parti social-démocrate (SAP) a été pendant plusieurs décennies le moteur de cette construction sociale. Intégrant un modèle sociétal caractérisé par un objectif de sécurité (*trygghet*) économique et sociale pour tous les citoyens bien que ce but n'a jamais été tout à fait atteint, la Suède a peu à peu mis en place un des systèmes d'assistance sociale des plus complexes en Europe (Feigelson, 1986 ; Durand, 1994). De fortes taxes et des allocations contribuèrent à réduire les inégalités de classes les plus criantes, même si les structures de classes ne furent pas démantelées (au profit d'une appellation plus comptable ou plus conforme en « groupes sociaux 1, 2 et 3 »)⁴.

En termes de configuration du pouvoir, ce modèle a été qualifié, dans les années 70, de « corporatiste » : une forme d'organisation socio-politique impliquant un haut niveau d'organisation et de coordination entre différents groupes d'intérêts, mettant particulièrement en jeu une fine interaction entre l'État, le capital et le travail. En pratique, ce corporatisme implique la délégation des prises de décisions aux élites. L'efficacité de ces dispositifs corporatistes relève en grande partie de la légitimité démocratique : les groupes d'intérêt sont connectés à une base sociétale. Le corporatisme contraste souvent avec un autre modèle démocratique, celui de la compétition libérale pluraliste de groupes d'intérêts, un modèle de type anglo-saxon, surtout incarné aux États-Unis dont s'inspire paradoxalement la Suède. Bien entendu, ces deux versions comportent des points forts et des points faibles.

Politiquement, le corporatisme suédois s'est construit grâce à cette forte culture politique du consensus, mettant l'accent sur la coopération et la résolution des conflits. Les élites patronales traditionnelles s'accommodaient parfaitement d'un SAP au pouvoir gérant des syndicats considérés comme force de travail disciplinée, dans un contexte de prospérité économique relative où le niveau de vie des travailleurs augmentait. Bien représenté au sein des syndicats, le SAP participait à cette unité politique dans une représentation fusionnelle de ses intérêts avec ceux des salariés. Un consensus permettant d'élaborer

⁴ Une partition que l'on pourrait rapprocher de celle que G. Duby (1978) met en évidence. Autour d'un ordre des Seigneurs, celui des multinationales chargé d'assurer l'offensive économique sur les marchés internationaux, se retrouve l'ensemble d'une société aux ascendances rurales, dont le salut serait assuré par les prêtres, grâce à une sociale-démocratie laïcisée. Une classification aussi conforme à cette éthique protestante du capitalisme si l'on se réfère au modèle weberien. En développant un univers social dans sa totalité, l'éthique protestante l'assujettit à un code moral unique où le travail devient le salut de tous (Weber, 1947).

ce modèle suédois. Impliquant l'adhésion d'une grande majorité des travailleurs à la centrale syndicale hégémonique Lands Organisation (LO). De plus, d'autres mouvements associatifs et populaires, parfois aussi liés à l'origine au mouvement évangélique, contribuèrent à former une société civile puissamment et démocratiquement organisée autour de la notion d'intérêt collectif. Chacun déléguait de fortes représentations auprès de l'élite politique de l'État, alors que les élites politiques et économiques s'efforçaient de coopérer, non sans frictions. Ces citoyens – essentiellement issus du monde salarié – étaient surreprésentés *via* les syndicats et autres mouvements associatifs. Cette forme de mise en réseau issue de la classe ouvrière, supposant un certain degré d'organisation autour d'associations volontaires, s'étendit également parmi les cercles patronaux d'industriels et de financiers.

À la fin des années 60, les sociaux-démocrates commencèrent à être débordés sur leur gauche avec l'apparition de groupes gauchistes surtout mobilisés par l'opposition à la guerre du Vietnam (la Suède étant alors officiellement partie prenante de l'anti-guerre) et la volonté de radicaliser cette société. À la même époque, les intérêts financiers des élites semblaient en porte-à-faux avec ce cadre établi, alors qu'une grande partie de l'environnement politique et culturel apparaissait comme fondamentalement hostile aux valeurs d'une droite à la fois libérale et conservatrice. Cette « rébellion sur la droite » commença à prendre forme. Dans ces années 70, parmi divers segments de la population, naissait un profond mécontentement à l'égard de la structure corporatiste dominante, incarnée depuis des décennies par ce moule social-démocrate ; en contrepoids, apparaissaient de nombreux discours parmi les intellectuels revendiquant plus de pluralisme ou d'individualisme dans la société. Beaucoup d'anciens protagonistes du SAP, lassés, s'orientaient davantage vers les courants politiques qualifiés de « bourgeois » (*Bogerliga*) ou s'identifiaient difficilement aux valeurs de la sociale-démocratie qui, du fait de son usure au pouvoir, apparaissait paradoxalement comme conservatrice (Feigelson, 1982). Une nouvelle rhétorique du marché se développa au milieu des années 80 tandis que la politique fiscale social-démocrate s'orientait elle aussi, sous ces influences, vers des modèles néo-libéraux.

Aujourd'hui, les sociaux-démocrates, incapables de fournir un quelconque projet idéologique alternatif et pris dans des logiques de nouvelle politique fiscale, délaissant leurs rêves de redistribution, supervisent des politiques de réduction massive du secteur public. Devenues réellement plus hégémoniques, les élites économiques évoquent davantage le contexte de la globalisation pour faire évoluer l'espace politique. Au niveau collectif, les citoyens moins bien organisés et plus distants à l'égard de leurs élites politiques disposent aussi de moins de pouvoir face aux élites économiques. Les différences de classe

sont devenues plus prononcées, en grande partie avec le déclin des services sociaux et la prédominance croissante des mécanismes de marché dans le secteur public (générant une montée des coûts des services sociaux). À l'instar d'autres pays européens, des formes d'anomie vis-à-vis du système politique formel se développent en Suède, en particulier parmi les jeunes⁵. Ces comportements se traduisent par une réduction massive d'affiliations à un parti politique, par une abstention aux élections, devenant des phénomènes importants, sans toutefois atteindre le niveau des États-Unis. L'engagement au sein de mouvements populaires issus de la société civile décline. L'émergence d'une situation post-corporatiste explique en partie ces nouvelles tendances. Cela concourt à un système politique formel de plus en plus réactif, alors que le secteur des finances, de l'industrie et des technologies génère de nouvelles dynamiques dans la formation du développement sociétal. De ce point de vue, le secteur des médias offre une bonne synthèse de ces croisements.

De plus, la Suède a accueilli ces trente dernières années 20 % d'immigrés pour des raisons à la fois économiques et politiques selon les cas ; à Malmö, dans le Sud, la proportion d'immigrés est de un pour trois. La multiculturalité aboutit aussi à certaines impasses sociales. Dans l'ensemble, les immigrants sont marginalisés socialement, culturellement, économiquement et politiquement. Une minorité diversifiée, issue souvent du monde entier, qu'il est d'usage d'homogénéiser sémantiquement avec le label « immigrant ». Bien que ce terme ne soit pas utilisé pour qualifier les groupes issus des autres pays nordiques, soit du nord de l'Europe (par exemple, la Suède a aussi une forte concentration d'immigrés économiques finlandais venus dans les années 60) soit du monde anglophone. Le langage populaire, relayé souvent par une presse populaire et sensationnaliste très influente en Suède, véhicule de manière réductrice dans cette notion « d'immigrant » des aspects d'ethnies et de classes.

Rétrospectivement, la Suède semble encore assez privilégiée, en comparaison avec les premières décennies d'après-guerre. Elle s'est écartée d'un modèle isolationniste qu'elle avait privilégié pendant 150 ans sous couvert de neutralité, bien que les élections de l'automne 2003 aient traduit un refus massif de l'euro, symptomatique d'une tradition isolationniste vivace. Mais beaucoup de citoyens font aujourd'hui l'expérience d'un « choc culturel », ne reconnaissant plus les forces en jeu ou en difficultés pour s'orienter dans un milieu politique

⁵ Pour une comparaison avec la France et l'Allemagne, voir Gaiser, de Rijke (2004).

fondamentalement altéré. Ces dernières années, nombre de révélations relayées par les médias ont servi à problématiser davantage certaines notions essentielles à la société suédoise. Des questions de type conjoncturel, liées à des scandales de corruption politique et économique, ont obligé certains ministres à démissionner, ou d'autres, plus structurelles, ont remis sérieusement en cause la soi-disant « neutralité internationale du pays » – virtuellement une vache sacrée en termes d'identité collective – en évoquant la Seconde Guerre mondiale (collaborations pointées avec les Allemands) puis la Guerre froide (fichages de citoyens...). Il a également pu s'agir de soutenir, pour des raisons stratégiques, l'entrée des petits pays comme les États baltes dans l'Union tout en s'inquiétant des effets négatifs d'une immigration économique issue de cette zone (Le Roy, 2003). Cette position permet de comprendre la difficulté des Danois et des Suédois à accepter l'Europe, une difficulté qui dénote de leur spécificité en Scandinavie au sein d'un conseil nordique.

Graduellement, le pouvoir des élites économiques a grandi aux dépens de celui des élites politiques et des citoyens. Dans un contexte de nouvelle hégémonie néo-libérale, les citoyens sont apparus plus éloignés des prises de décisions économiques, au fur et à mesure du développement d'une économie plus globalisée. Mais les élites politiques, censées représenter ostensiblement cet ensemble citoyen, ont perdu du pouvoir face aux élites économiques plus entrepreneuriales. Parallèlement, la toute-confiance en une capacité du système politique formel à traiter des problèmes contemporains s'est amenuisée. Pour sa part, le pouvoir relatif du citoyen a diminué ; il s'est fragmenté face à l'extension des inégalités sociales touchant aussi cette non-intégration – ou difficile intégration – des populations immigrées dans une société à la fois fermée, de par ses traditions, et homogène ou compacte, de par sa culture luthérienne.

Le paysage médiatique

Les médias ont participé à ces changements, à la fois en termes de transitions structurelles et de représentations de la réalité. Structurellement, l'industrie médiatique connaît une plus grande concentration de la propriété, impliquant une croissance des investissements étrangers. Citons par exemple le suédois Bonnier, un des plus grands conglomerats multimédias nordique, à l'origine éditeur et groupe de presse, ou encore MTG (*Modern Times Group*), installé à Londres, qui radicalisa dans les années 90 le paysage médiatique grâce à des stratégies très commerciales. MTG possède le réseau radio le plus

important en Suède ; il précède le groupe français N R J suivi de Bonnier. Les mécanismes de marché, conjugués à des impératifs de mercantilisme, se sont accrus grâce à de nouvelles formes de journalisme, accompagnant toutes ces évolutions en termes de sensationnalisme et de conformisme. Durant les années 80, la crise du service public dans les médias s'apparente à celle des autres pays européens (réductions fiscales et budgétaires, situation plus compétitive, incertitude de ses missions). La télévision publique restait la première à proposer un programme majeur de télé-réalité/*soap*-documentaire, une offre conforme à une tendance globale (Lochard, Soulages, 2003). Toutefois, l'audience des deux chaînes de télévision publiques a été surpassée par la concurrence commerciale où, aujourd'hui, dominent environ une demi-douzaine de nouvelles chaînes suédoises disponibles via le satellite et le câble (TV3 créée en 1987, Nordic Channel en 1989, TV 4 en 1987, TV 1000 en 1989...), dont certaines diffusent depuis Londres pour des raisons de défiscalisation et beaucoup d'autres en différentes langues. Les chaînes étrangères se taillent aujourd'hui une part importante du marché câblé (MTV, Eurosport, CNN, BBC, TV5, Discovery Channel ; cf. Feigelson, 1993). Déjà, l'émergence de stations de radio commerciales en 1990 résulta de la restructuration de la radio publique et de son audience : l'ensemble des nouvelles et des actualités diffusées se réduit à une station à l'audience minime (5 %) affichant un profil plutôt urbain, éduqué et d'âge moyen. Dans l'audience des grands médias intervient un nouveau facteur générationnel où les catégories les plus jeunes se détournent des chaînes du service public.

La Suède compte environ 85 journaux qui paraissent au moins quatre jours par semaine⁶. La circulation totale tourne autour de 400 copies pour un millier d'habitants pour des journaux aussi massivement distribués par portage à domicile ; cette diffusion représente près de 25 % de moins qu'en 1990, mais reste une des plus élevées au monde. En période ordinaire, quatre adultes sur cinq lisent les journaux ; parmi les ouvriers, la proportion est de trois sur quatre. Les deux journaux du matin de Stockholm (*Dagens Nyheter* libéral et *Svenska Dagbladet* conservateur, en difficultés et repris par le groupe norvégien Schibsted) et du soir (*Expressen* et *Aftonbladet* s'apparentant à des tabloïds anglo-saxons) sont les seuls qui peuvent être un tant soit peu dénommés « nationaux ». Seuls les deux quotidiens du matin réservent des tribunes ou des pages culturelles aux intellectuels ou aux débats. Depuis le début

⁶ Pour la plupart des données sur les médias suédois, voir Hadenius (1999), Weibull (2001).

des années 70, la presse suédoise a bénéficié d'un système de subventions qui a tenté de compenser les effets négatifs du marché et de promouvoir la diversité d'opinion en aidant les journaux en faillite. Ce système représente environ 3 % de tous les revenus liés à la presse papier dans le pays, mais n'a pas été suffisant pour empêcher les fermetures et les fusions de nombreux journaux durant les dernières années. La distribution de journaux gratuits *Métro*, dépendant du groupe MTG et synthétisant une « information clip » a été un phénomène majeur qui a porté tort à la presse écrite. Dans la turbulence de ces années, la presse sociale-démocrate a presque disparu (dont récemment celui *Arbetet – Travail* – de la centrale syndicale LO historiquement ancré à Malmö). Aujourd'hui, les journaux exprimant un point de vue idéologique proche de celui des partis conservateurs sont majoritaires. La presse est globalement critique envers le gouvernement social-démocrate, quoiqu'au niveau local les tendances plus conservatrices dominent au sein des conseils municipaux.

Traditionnellement, la presse a connu une affiliation étroite avec les partis politiques. Cela reste le cas, bien que ces liens soient uniquement apparents dans l'éditorial et non dans la couverture de l'information. Cette forte affiliation à un parti commença après la Seconde Guerre mondiale avant de s'en éloigner pour se déplacer vers un modèle plus professionnel de journalisme. Habituellement, la presse restait subordonnée aux élites du pouvoir apte à mener des campagnes contre une personnalité politique en cas de scandale. D'ailleurs, ces dernières années, elle a été un instrument de contre-pouvoir pour révéler des démissions de ministres. Toutefois, les médias ont connu des rapports de coopération avec le pouvoir, notamment au niveau provincial où les éditeurs et propriétaires font souvent partie de l'élite des notables d'une petite ville, la presse des grandes villes constituant un espace public et critique plus développé.

Au-delà des médias dominants, on se doit de mentionner un grand nombre de magazines. La presse des magazines généralistes (féminins ou familiaux) a décliné, tandis que celle des magazines spécialisés (consommation, modes de vie) a augmenté. De façon plus significative, on peut également trouver un nombre considérable de publications spécialisées issues d'organisations et d'associations majeures (presse syndicale ou professionnelle). La Suède n'a pas une importante tradition de magazines politiques, la presse militante active dans les années 70 ayant quasiment disparu ces dix dernières années ; et les débats ont plutôt pris place dans la presse quotidienne. Le secteur des revues culturelles – dont certaines ont disparu comme d'anciennes revues littéraires *Jakobstege* ou *BLM* –, diversifié mais très minoritaire et aux tirages confidentiels, reçoit une aide financière de l'État.

Une sphère publique à la fois dominante et marginale

Bien qu'étendue géographiquement, avec moins de neuf millions d'habitants, la Suède reste une petite société dans l'espace contemporain. Cette notion d'échelle a des conséquences sur la sphère médiatique dans sa dimension publique. Elle reste symétriquement exiguë, confinée à un panthéon limité de personnalités (élus, officiels, experts scientifiques, célébrités mondaines, sportifs reconnus et autres s'assimilant à une parade aussi symbolique que familière). En comparaison des années 1957-1970, où il n'y avait qu'une seule chaîne de télévision, le rôle de la télévision par rapport à la construction de la célébrité est devenu essentiel dans ce contexte de diversité du paysage audiovisuel.

Cette visibilité fait circuler un nombre restreint de visages familiers, associés à la réalité particulière d'un domaine social, mettant en jeu un microcosme médiatique compétitif entre, par exemple, des ministres aux domaines spécifiques de responsabilité et des chercheurs appelés à commenter leurs champs spécifiques de compétence. Pour ces élites politiques et ces experts scientifiques, le coefficient de visagité devient plus fort au niveau national ; il l'est moins au niveau local car la télévision y est moins développée, réservant l'espace public local à la presse ou, dans une certaine mesure, à la radio. Au niveau national, cette familiarité médiatique peut donner une impression de proximité publique, hautement symbolique en équivalence, n'accréditant pas que ce pouvoir soit toujours socialement accessible. Dans ce processus de médiatisation des politiques, on assiste à une fusion croissante mêlant la réalité des élites politiques (et aussi économiques) à leur coefficient de présence médiatique (par exemple, nombre de ministres font des apparitions dans les programmes télévisuels de divertissement) dans une connivence ouverte avec les journalistes-présentateurs.

Si la télévision-spectacle s'est peu à peu imposée, cette société reste encore bien informée (bon fonctionnement organisationnel, sérieuses enquêtes journalistiques grâce à une formation journalistique intégrant quotidiennement aux reportages de nouvelles études autour du social, de l'économie, de la culture...). Les citoyens restent visibles dans la sphère publique, mais sont considérés comme des agrégats statistiques dans une tradition de l'accès public à une information réservée à tout individu. Chaque citoyen dispose d'un « numéro personnel », informatisé et virtuellement marqué de toutes démarches administratives avec l'État comme avec le marché : il est donc difficile de maintenir un quelconque secret à propos – par exemple – de son âge, de ses revenus ou de ses

impôts (prélevés à la source). Les Suédois ont des comportements ambivalents à cet égard, à la fois fiers de la transparence stimulée par des traditions de liberté d'expression et de cette possibilité d'accès à une information publique caractérisant une relation ambiguë des citoyens au pouvoir⁷.

Aujourd'hui, le déclin du modèle corporatiste et l'impact de forces de marché plus puissantes sur ce paysage médiatique ont décuplé la diffusion des médias. Cette tendance plus commerciale n'a pas contribué à augmenter la diversité des points de vue dans la sphère publique, d'autant qu'une grande partie de ce développement s'effectue dans le domaine du divertissement et du loisir, alors que les subventions de l'État attribuées à de plus petites publications culturelles ont diminué. Déjà péjorative, la connotation du mot « intellectuel » dans la sphère publique s'est sans doute davantage renforcée⁸. Les mouvements dominants de la sphère médiatique conduisent à un déclin du journalisme d'investigation, pour s'orienter davantage vers le spectre idéologique d'une hégémonie néo-libérale. Ceci est observable dans la manière dont les nouvelles économiques sont rapportées où, par exemple, « le marché » est souvent considéré comme un acteur apparenté à une force naturelle exigeant la subordination à toute autre considération normative.

À la différence du Danemark, la position officielle du pouvoir est clairement anti-raciste, mais les immigrants sont largement dépeints comme relevant de problèmes sociaux à traiter, puis rangés dans les rubriques « faits divers » des journaux populaires à grand tirage. Ces questions d'immigration sont rarement examinées en profondeur afin d'analyser les facteurs d'intégration. D'ailleurs, très peu de journalistes d'origine immigrée travaillent dans les médias dominants. La tendance s'oriente, de manière plus nationaliste, vers un engagement moindre avec le monde extérieur (notamment dans les années 70, quand les médias couvraient davantage les questions de développement ou l'international). Le scepticisme populaire à l'encontre de l'Union européenne (UE) s'est accru. Si en 1994, le référendum sur l'adhésion donna une légère majorité à l'entrée dans l'UE, celui de 2003 sur la

⁷ Cf. la critique « Big Brother », à l'égard « du problème actuel dans la grande montée des dispositifs de normalisation et toute l'étendue des effets du pouvoir qu'ils portent à travers la mise en place d'objectivités nouvelles » (Foucault, 1975 : 313). Voir aussi Feigelson (1979).

⁸ « L'exigence égalitaire implique par ailleurs une non-ostentation de la culture élitiste, de la richesse (d'où la pression fiscale). Le développement social s'est réalisé grâce à une forte pression conformiste : l'idéal réalisé du "à chacun selon ses besoins" (*lagom*), connotant un jugement moral sur toute action et traduisant à sa manière cette éthique sociale du capitalisme suédois » (Feigelson, 1986 : 95) ; voir aussi Ruth (1984).

monnaie unique conduisit au rejet, confinant la Suède hors de la zone Euro. L'UE reste perçue comme un projet d'élite, sans un ancrage populaire suffisant. Étant donné le caractère marchand des médias, beaucoup d'éditoriaux sont enclins à minimiser une réelle couverture journalistique de l'UE, contribuant à augmenter l'ignorance ou accroître le scepticisme⁹. Déjà la construction du pont Oresund avec le Danemark, reliant la Suède tout aussi définitivement que symboliquement à l'Europe, avait généré une controverse équivalente à celle qui avait émergé en Grande-Bretagne lors de la construction du tunnel sous la Manche. À l'inverse, les entreprises scandinaves ont été en particulier actives dans leurs différents investissements, notamment dans le secteur des médias ou des télécoms (Ericsson, Nokia...) vers l'Europe centrale comme les États baltes¹⁰. Les développements technologiques des médias ont démocratisé leurs accès¹¹. Des dispositifs de publications peu onéreux et l'essor d'internet avec plus de 70 % d'abonnés ont rendu possible un pluralisme diversifié. Dans les marges de la société politique, on assiste à une croissance de groupes alternatifs créant des contre-sphères publiques. On y retrouve les minorités ethniques, les activistes de l'alter-mondialisation, les militants des droits de l'homme ou de l'environnement, les groupes féministes, et aussi les groupes racistes néo-nazis ou d'extrême-droite. Quelques solides publications intellectuelles de gauche subsistent aussi, mais leurs ressources et circulations semblent bien pâles en comparaison de celles de droite. Ces sphères marginales jouent souvent un rôle important dans la formation des opinions publiques. Beaucoup d'entre elles sont isolées, atomisées, bien que des alliances aient pu émerger en 2003 dans l'opposition à la guerre d'Irak. Toutefois, elles sont significativement aussi éloignées des véritables centres de décisions politiques et économiques, à la différence des années 60-70 où la sphère publique semblait plus politisée ou engagée grâce à des figures publiques d'écrivains militants comme Jan Myrdal ou Sara Lidman qui bénéficiaient aussi d'une certaine aura en Europe. À cette époque, les intellectuels se produisaient ailleurs que sur la scène médiatique, participant activement à des conférences, séminaires ou manifestations publiques. Aujourd'hui, les écrivains majeurs construisent leur notoriété par le biais publicitaire, les polémiques ou *talks shows* télévisés. Mais la publicisation du politique a aussi pris des formes nouvelles après les années 80 dans le cadre de théâtres alternatifs, de concerts de rock ou de musique folk, de production de vidéo arts ou de films de fiction s'emparant essentiellement de questions de société...

⁹ Cf. sur cette couverture journalistique, voir Hurd, Olsson, Acker (2002).

¹⁰ Cf. par exemple, l'article d'Y. Plasseraud dans la présente livraison de *Questions de communication*.

¹¹ Cf. le dossier de la revue *Réseaux* (2000).

Touchées par la crise et la baisse de leurs budgets, les universités sont devenues des lieux plus calmes, plus disciplinés, sinon instrumentalisés par des questions plus techniques, liées à la demande éducative ou à des recherches essentiellement appliquées. Un mouvement de bascule sinon de retraite, s'est peu à peu dessiné en Suède, déposant paradoxalement la politique de sa visibilité passée au profit d'autres scènes. La figure de l'expert a chassé celle de l'intellectuel¹². Ainsi nombre d'universitaires ont-ils gagné une visibilité publique dans des rôles nouveaux d'experts scientifiques, sollicités quotidiennement par les médias pour des questions relevant de la criminalité, de l'intégration, de l'économie, de l'environnement...

Élites économiques et gestion des médias

Concrètement, comment mesurer l'impact des forces du marché dans la sphère publique des médias ? On peut relever deux conséquences majeures qui s'alimentent et se renforcent mutuellement, mais il est utile de les analyser séparément ; d'un côté, une tendance évidente à la popularisation et à la tabloïdisation de la majorité des médias aux contenus médiocres ; de l'autre, un développement idéologique plus explicite. Graduellement, les médias – en tant que sources de connaissance ou de discussion – ont donné la parole à des acteurs soutenant les forces du marché et devenus moteur principal des secteurs de la vie sociale. Le domaine de la politique – du registre public – s'est amenuisé du fait que les discussions et les points de vue concernant le contrôle démocratique et la responsabilité du pouvoir économique disparaissent de l'agenda politique.

Apparues dans la société suédoise, ces transitions culturelles ont été une condition essentielle au changement des paramètres idéologiques survenus dans les médias. Mais le changement n'a pas été automatique ; il a été le fruit d'une initiative concertée et organisée des élites entrepreneuriales et des politiques de droite se fiant à l'air du temps, le Parti modéré, rassemblant environ 25 % de l'électorat, acquit son nouveau nom à la fin des années 60. De nos jours, les modérés sont à l'avant-garde des politiques néo-libérales, soutenus par les trois autres petits partis de la droite, le Centre, le Folkpartiet et les Chrétiens-démocrates. Ces interventions ont contribué à modeler des opinions souvent instrumentalisées dans l'actuel débat public.

¹² Sur l'engagement des chercheurs et des intellectuels, cf. *Questions de communication* (2002 ; 2003 ; 2004).

On peut dater ces évolutions de trois décennies, mais elles se sont intensifiées pour se concrétiser dans les années 90. À la fin des années 60, les intérêts commerciaux de l'industrie et de la finance s'affrontèrent à l'hégémonie dominante en politique et dans la société civile du syndicat social-démocrate LO, jugé trop gauchiste, en mettant en place un consortium d'organisations bien pourvues, engagées dans le *lobbying*, la formation de l'opinion, la diffusion d'information ou de projets éducatifs. Sous la coordination de cette Confédération des entreprises suédoises (CES), appuyée par le syndicat patronal SAF, se mirent en place des agences de placement ainsi que toute une série de réseaux commerciaux et de groupes publicitaires (ou encore des organisations issues de fonds privées et non profitables, comme la Cité universitaire à Stockholm et le Forum du commerce pour le futur). Par exemple, à Timbro, existe un réseau ou *think tank* bien développé, incluant des activités étendues de publication, de cours et séminaires, aidant entre autres à transformer le parti des modérés jugé trop conservateur en un parti néo-libéral moderne. En s'appuyant sur les médias, beaucoup de ces organisations en réseau devinrent particulièrement efficaces, parce que dotées de services de presse, d'instituts de recherche sur les médias, ou de groupes éducatifs tels le « Studieförbundet Näringsliv och Samhälle » (SNS) et le « Center for Business and Policy Studies ». Apparue comme un éditeur majeur et un sponsor pour la recherche, ce dernier institut publie chaque année un *Rapport sur la démocratie*, devenu une importante contribution pour les débats publics. Sous l'égide de la Confédération des entreprises suédoises, ces différents réseaux fournissent aux médias un flot continu d'informations qui stimulent l'opinion publique, activant un *lobbying*, lors de projets législatifs spécifiques susceptibles d'accompagner leurs intérêts commerciaux. Dans le passé, les médias donnaient des informations, par exemple sur le « piteux contexte pour l'investissement privé » que représentait la Suède : une offensive de relations publiques pour baisser les impôts des entreprises. Au regard d'une comparaison internationale, ce point de vue faussé devint rapidement une réalité journalistique.

Le pouvoir des élites économiques à donner une nouvelle forme à l'information et aux débats dans les médias *via* le réseau du CES fut autant facilité par les dernières évolutions politiques que par la position des médias. L'économie devenant un secteur clé de la couverture médiatique, les journalistes, pressés par le temps et la demande de matériel, s'approprièrent ces *packages* préfabriqués d'informations, fournis par les experts de ces différents réseaux. Et ce d'autant plus que la plupart des journalistes économistes sont issus d'écoles de commerce, et non d'écoles de journalisme, pour partager avec ces réseaux les mêmes préoccupations économiques. La rubrique « Économie » s'est peu à peu élargie dans la presse pour devenir dominante dans le journalisme à thème comme

dans le journalisme d'information. Les experts sollicités pour répercuter des informations comme pour répondre aux interviews proviennent de plus en plus du monde des affaires et non de l'univers académique. En fin de compte, ce pouvoir d'une nouvelle élite économique imbriquée dans les médias s'est continuellement accru. Pehr G. Gyllenhammer est un exemple de cette évolution de fond. Ancien patron de *Volvo*, figure internationale redoutée du patronat suédois, président du conseil d'administration d'*Aviva*, premier assureur britannique, vice-président de la banque *Rothschild Europe*, il est devenu depuis août 2004 le nouveau président du conseil d'administration du groupe média *Kinnevik* en cours de restructuration. Il s'agit de l'une des holdings des plus puissantes aujourd'hui en Suède avec le groupe *Wallenberg*, nébuleuse de plusieurs compagnies dont l'opérateur téléphonique *Tele2*, le conglomerat audiovisuel *Modern Times Group* et *Metro*.

Élites politiques et pratiques journalistiques

La situation de l'élite politique apparaît comme plus ambivalente. Politique et médias sont comme deux renards malins usant de règles du jeu imparties pour optimiser leurs avantages. La « symbiose » prévaut dans une dépendance mutuelle. Les élites politiques ont besoin d'un accès facile et d'une couverture favorable, tandis que les journalistes ont besoin de bons contacts à la source. Toutefois, les règles elles-mêmes ont évolué et permettent l'émergence d'un genre différent de journalisme. Un développement pouvant avoir un impact à long terme sur le pouvoir relatif de nos élites politiques (Ekdahl, 2003).

Durant la décennie passée, un décalage graduel s'est manifesté dans la manière de présenter la politique nationale dans les médias. Les impératifs de la commercialisation concourent à une escalade dans la dramatisation de la politique nationale, à l'inverse d'une période qui avait été caractérisée par des formes de couverture journalistique plus consensuelle. De nos jours, nombre de meneurs politiques sont indirectement issus du domaine privé ; le passage du politique au privé a entraîné un déclin relatif du pouvoir des élites politiques. Ces développements ont donné naissance à un nouveau cadre dramaturgique pour les pratiques journalistiques, construit sur le sensationnalisme couplé à la marchandisation des médias.

En Suède, les métaphores sportives deviennent un élément discursif essentiel dans la présentation des discussions politiques et des conflits, autour d'une personification où il s'agit de privilégier autant le raisonnement psychologique que l'émotion. Les frontières idéologiques entre les partis sont d'ailleurs devenues plus floues ou poreuses. Au fur

et à mesure de ces imprécisions idéologiques, la personnification dans le journalisme est devenue plus centrale ; les politiciens sont interviewés comme des personnes plus privées, mettant en exergue leurs émotions ou leurs sentiments comme toute occasion de se promouvoir. Le scandale est aussi un pendant du sensationnalisme. Les politiciens figurent de façon prééminente dans les couvertures journalistiques de ces dernières années. Au cours de cette dernière décennie, la Suède a été témoin d'une série de scandales politiques portant rarement sur des débats politiques ou des thèmes idéologiques, mais sur la moralité, pour aboutir à des renvois ou à des démissions. Nombre de plaintes ont été déposées par ces politiciens contre les médias, encourageant une forme de populisme ou de déni à l'encontre de ces derniers. Ce point de vue n'est pas totalement infondé au regard des contentieux apparus. Mais les médias ont adopté ce rôle de « chien de garde actif » où les impératifs des caméras de télévision, des jeux de petites phrases, de la programmation contraignent les élites politiques à suivre ce climat dramatisant, orchestré par une télévision spectacle. Parallèlement, dans son rapport aux médias, l'*establishment* politique apparaît plus « sophistiqué », employant ses propres stratégies et consultants alors que les médias prétendent être les gardiens de l'intérêt public, légitimant de nouvelles formes de pouvoir journalistique. Les marges de manœuvre sont réduites dans ces multiples jeux de pouvoir portant sur la responsabilité démocratique où les intellectuels minoritaires, peu entendus, semblent être définitivement marginalisés des cercles concentriques du pouvoir technocratique.

Médias et citoyenneté

Dans ce contexte néo-libéral, la sphère publique des médias tend à réduire le domaine du Politique, délaissant la connotation romantique ou le caractère plus démocratique de la précédente « maison du peuple » sociale-démocrate. Si le paysage des médias modernes s'intègre idéologiquement dans un courant dominant propre à tout cet espace balte sinon à l'Europe, il semble également offrir des possibilités plurielles à ses marges. Les nombreux débats sur la concentration du pouvoir ou le nivellement du journalisme par le bas n'ont qu'un faible impact sur la trajectoire globale du développement des médias en Europe.

La diffusion d'un journalisme de masse n'est pas intrinsèquement négative. D'avantage de personnes ont accès à la sphère publique ou se sentent incorporées à une société en tant que citoyens. Dans un paysage médiatique diversifié, les formes populaires s'adressent à ces segments qui peuvent se sentir exclus de formes médiatiques plus intellectuelles.

Elles sont souvent amenées à s'engager, susciter des réponses ou provoquer des discussions. L'effacement de frontières entre le journalisme et la culture populaire peut être stimulant. Ce phénomène est susceptible d'encourager des discussions publiques sur de nouvelles zones d'expériences sociales pour devenir le centre de débat politique, comme on le constate dans certaines versions de *talk shows* où des préoccupations privées et personnelles font écho à des débats publics.

Toutefois, des pièges évidents peuvent être pointés : la popularisation au sein de puissantes logiques de marché peut aisément diminuer la réflexion critique, transformer la position de l'audience en spectateurs ou voyeurs. Dans un univers toujours plus médiatisé de notre modernité, le journalisme et ses différentes variations semblent flotter sur un océan de culture plus hybridée, non journalistique, ou incluant tous les genres. De ce point de vue, la situation suédoise, au-delà des spécificités évoquées, reflète des tendances plus internationales : une sphère publique médiatique gravitant autour d'une culture consumériste, et se polarisant plus sur l'individuel que sur l'action collective pour s'éloigner des enjeux civiques et politiques (Dahlgren, 2003).

Conclusion

Si les marchés et la consommation ont toujours existé, ces développements en termes de pouvoir font écho aux intérêts des élites économiques et avec un certain courant de la droite politique. Dans les médias et dans un jeu social interactif, ces tendances génèrent des conditions réduisant le relatif pouvoir des citoyens. En définitive, une préoccupation principale subsiste : jusqu'à quel point l'évolution actuelle des médias, soutenue par les orientations drastiques de la politique économique au regard d'un règne plus libre des forces du marché, sera-t-il favorable à la citoyenneté ? En tant que forme de pratiques et de mode d'identité, construite d'ensembles spécifiques de savoir et de compétences, celle-ci fera-t-elle place à de nouvelles structures consuméristes référencées ? Ou bien la démocratie sera-t-elle subordonnée aux forces du marché ? Si le présent semble toujours précaire, les réajustements en terme de pouvoir se traduisent dans la longue durée. De tels débats, interpellant les intellectuels, dépassent le contexte suédois – et *a fortiori* balte – pour être aussi à l'ordre du jour en Europe.

Traduction : Sébastien Genvo, CREM, université de Metz
Kristian Feigelson, IRC AV, université Paris 3

Références

- Barril Cl., Carrel M., Guerrero J-C., Márquez A., dirs, 2003, *Le public en action. Usages et limites de la notion d'espace public en sciences sociales*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Dacheux É., dir., 2003, *L'Europe qui se construit. Réflexions sur l'espace public européen*, Saint-Étienne, Publications de l'université de Saint-Étienne.
- Cefaï D., Pasquier D., dirs, 2003, *Le sens du public : publics politiques, publics médiatiques*, Paris, Presses universitaires de France.
- Dahlgren P., 1995, *Television and the Public Sphere*, London, Sage.
- 2000, « L'espace publique et l'Internet », *Réseaux*, 100, pp. 157-186.
- 2003, « Reconfigurer la culture civique dans un milieu médiatique en évolution », *Questions de communication*, 3, pp. 151-168.
- Duby G., 1978, *Les trois ordres ou l'imaginaire du féodalisme*, Paris, Gallimard.
- Durand J-P., 1994, dir., *La fin du modèle suédois*, Paris, Éd. Syros.
- Ekdahl M., 2003, *Människan, mediemangfalden : historien om massmediernas pluralism och dess labyrintiska processer*, Stockholm, Styrelsen för Psykologiskt Försvar.
- Feigelson K., 1982, « La Suède sans modèle », *Esprit*, 69, sept., pp. 192-200.
- 1986, « La Suède crise et prospérité de l'État-social », *Projet*, 198, mars-avril, pp. 92-102.
- 1993, « Le paysage audiovisuel en transition », *Dossiers de l'audiovisuel*, 51, sept-oct., pp. 2-3.
- Foucault M., 1975, *Surveiller et punir*, Paris, Gallimard.
- Gaiser W., de Rijke J., 2004, « L'engagement politique des jeunes Allemands. Domaines d'action et modèles de participation », *Questions de communication*, 5, pp. 261-282.
- Gustafsson M., Ruth. A., 1984, « Nordic Voices », *Daedalus. Journal of American Academy of Arts and Sciences*, Cambridge.
- Hadenius S., Weibull L., 1999, *Massmedier*, 7th ed, Stockholm, Bonnier Alba.
- Hautefeuille A., Rehn G., dirs, 1981, « Le modèle suédois en question », *Futuribles*, 46, juil.-août.
- Hurd M., Olsson T., Acker P., 2002, *Storylines : Media, Power and Identity in Modern Europe*, Stockholm, Hjalmarson/Högberg.
- Lochard G., Soulez G., eds, 2003, « La télé-réalité, un débat mondial », *MédiaMorphoses, hors-série*, 9, Bry-sur-Marne, Institut national de l'audiovisuel, juin.
- Le Roy M., 2003, *Les pays Scandinaves de l'Union Européenne*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Questions de communication*, 2002, 2, « L'engagement des chercheurs », pp. 105-143.

- Questions de communication*, 2003, 3, « L'engagement des chercheurs », pp. 99-150.
- Questions de communication*, 2003, 4, « L'engagement des chercheurs », pp. 241-287.
- Rosanvallon P., 1981, *La crise de l'État-Providence*, Paris, Éd. du Seuil.
- Ruth A., 1984, « The mythologie of modern Sweden », *Daedalus*, vol. 113, 2, Spring, pp. 53-96.
- Weber M., 1947, *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme suivi d'un autre essai*, trad. de l'allemand par J Chavy, Paris, Éd. Plon, 1964.
- Weibull L., 2002, « The Swedish media landscape : structure, economy and consumption », pp. 249-258, in : Carlsson U., Harrie E., eds, *Media Trends*, Göteborg, Nordicom.