

would be to impose too strict a limit on the sermons. Islam being a theocracy, church and state were closely linked and perhaps even, theoretically at least, indivisible, and therefore politics might have had a place in sermons. At times, however, the bounds were exceeded – by no stretch of the imagination could some of the fiery sermons of Hajjāj be regarded as being to the greater glory of God.

Turning our attention, however, to those sermons which are of a religious character, let us see what common features emerge from their content and tone. By and large, the same basic facts are reiterated again and again, and the predominant theme may be summarised as 'Beware (of the Judgement) and be good.' Islam as a religion lays much more stress on the power and might of God than on His love, and it is generally true to say that, certainly in the early decades of Islam, a Muslim's feeling towards God was much more one of fear than love. So in the sermons one notices the emphasis placed on God's power, inscrutability and awfulness, and man's virtual ineffectualness without Him. There is, however, a lack of deep theological philosophy in the sermons, although this omission is excusable in two respects, and perhaps even justifiable in the first of the two. First, a sermon in the mosque was not the place for deep philosophy: what was needed was a message that could be understood, and the significance of which could be appreciated – for the preacher to have attempted anything more would have been for him to lose the attention of his hearers, and his message would consequently have been wasted. Second, the preacher could probably not have included any deep philosophy in his sermon even if he had wished. During the first Islamic century the Muslims had been quite content to accept Islam simply, without any wish to argue over points of theology. It was not until the later part of the second Islamic century that they learned how to argue over theological questions.

As a result of the differing purposes and messages of the sermons, so likewise considerable difference in their tone can be noticed. The tone ranges from a plaintive call for help through pleading and admonishing to frightening and threatening. The tone and the content together often throw valuable light on the character of the preacher, and it is in this respect that an otherwise dull content may hold some historical interest.

JFA. 5 (1972) 2 (111-120)

## L'ERE DES RELATIONS PUBLIQUES A L'UNIVERSITE

By L.P. LAPREVOTE

DES Relations Publiques pour l'Université?

P.S. NOTHOMB posait déjà la question dans la 'Revue de l'A.U.P.E.L.F.' en 1967 et lui donnait une réponse générale.<sup>1</sup>

La crise de Mai 1968, la promulgation de la Loi d'orientation de l'Enseignement Supérieur en France, la mise en place des nouvelles Universités nous incitent à reprendre une telle question en fondant plus particulièrement nos considérations sur la situation française actuelle.

L'expression 'Relations Publiques' traduction littérale du 'Public Relations' anglais souffre beaucoup d'acceptions en raison même de la nouveauté et de la diversité de ce mode de communication sociale. L'imprécision de vocabulaire a parfois même conduit à donner des définitions ambiguës ou péjoratives des Relations Publiques.

Carl BYOIR écrit ainsi que 'les Public Relations sont ce que l'homme qui les pratique croit qu'elles sont'.<sup>2</sup>

M. BARBA, dans son ouvrage 'les P.D.G.', fait dire à l'un de ses personnages 'Apprenez que la seule fonction connue des Relations Publiques est d'établir publiquement des Relations avec le monde des Relations Publiques'.<sup>3</sup>

Un hebdomadaire français posait quant à lui récemment que les Relations Publiques étaient la 'forme moderne de l'Insolence de l'argent'.<sup>4</sup>

Mais si les Relations Publiques sont aussi dénigrées, c'est sans doute parce que l'on n'a pas hésité à couvrir ce vocable des sous opérations qui relèvent de la publicité commerciale ou de la simple propagande politique. Elles n'en ont pas moins démontré leur efficacité et acquis leurs lettres de noblesse d'abord au sein des entreprises privées puis de plus en plus aujourd'hui dans les services publics.

Sans nous attacher à la recherche d'une définition, nous dirons ici que les Relations Publiques désignent la mise en œuvre d'un ensemble de techniques destinées à faire comprendre et admettre dans tout ou partie

<sup>1</sup> NOTHOMB R.S. – Des Relations Publiques pour l'Université. – La Revue de l'A.U.P.E.L.F. – Vol. 2, Automne 1967, pp. 83-88.

<sup>2</sup> Cité par FOULQUIE P. – La Pensée et l'Action. – Paris, Editions l'Ecole, 1965.

<sup>3</sup> BARBA M. – Les P.D.G. – Paris, Julliard, 1968. – p. 170.

<sup>4</sup> ROUANET P. – La Grande lessive, Le Nouvel Observateur, 26 Juillet 1971. – p. 11.

de l'opinion publique, une personne ou une institution présentée avec le plus d'objectivité possible.

Sur la base de cette définition nous essayerons d'abord de démontrer pourquoi il semble souhaitable que l'Université ait recours aux techniques des Relations Publiques. Nous présenterons ensuite un échantillon des moyens et des conditions qui donneraient une pleine efficacité à la politique de Relations Publiques de l'Université.

Par sa dimension comme par sa complexité l'Université moderne apparaît souvent comme un groupe social très fractionné aux ramifications si nombreuses que l'on a pu y voir une modification de sa substance même et la désigner sous le néologisme de 'multiversité'.<sup>5</sup>

L'Université risque de passer pour un simple cadre administratif dans lequel s'évoquent et se règlent des problèmes matériels communs à des personnes qui restent affectivement et intellectuellement étrangères, voire hostiles les unes aux autres. Or l'Université ne peut remplir ses différentes missions si elle ne se fonde pas sur l'idée d'une corporation unitaire dont les membres ont un intérêt spirituel identique: la recherche, la conversation et la diffusion de la Vérité.

Des dispositions légales ou réglementaires tendent certes à limiter la croissance de l'Université. Les nouvelles Universités n'en regroupent pas moins plusieurs milliers d'étudiants et plusieurs centaines d'enseignants. Elles sont par ailleurs constituées par les héritières d'Institutions naguère plus indépendantes – comme les Facultés – ou de tailles et de finalités très diversifiées – comme les Instituts spécialisés. Les cellules constitutives de l'Université ont en outre une ancienneté, une histoire et des traditions qui les caractérisent et accusent leur originalité. Mais toutes ces qualités peuvent jouer le rôle de barrières qui empêcheront de dégager les intérêts communs d'une Université, de révéler sa spécificité et son originalité.

L'information apparaît alors comme un moyen d'abattre des cloisons qui s'opposent à l'affirmation de la personnalité d'une Université. Le second motif qui justifie l'intervention des techniques des Relations Publiques dans l'Université est l'apparition d'un nouveau mode de gouvernement des institutions universitaires. Celui-ci a considérablement évolué au cours des dix dernières années. Aux organes de direction composés essentiellement de professeurs de rang magistral se sont substitués des pyramides de conseils associant enseignants de toutes catégories, étudiants, personnes extérieures à l'Université, membres de l'administration universitaire. Or ce système s'il a pour avantage de consacrer la participation, présente plusieurs inconvénients. On notera en

<sup>5</sup> KERR C. – Métamorphose de l'Université. – Paris, Les Editions ouvrières, 1967 – 134 p.

premier lieu qu'il est souvent difficile de déterminer la délimitation des compétences entre les différents conseils: les uns décident, d'autres donnent leur avis sur les mêmes sujets. Les arcanes de la procédure pourraient apparaître comme le moyen de fausser voire d'éluder toute participation. Une présentation systématique du rôle et des pouvoirs des différents conseils semble donc être le remède au désintérêt que certains partenaires ne manquent pas de manifester pour les nouvelles institutions. On remarque par ailleurs – au moins dans certaines Universités françaises – que telle ou telle catégorie de mandants au Conseil d'Université se plaint d'être coupée de ses mandataires. Certes les organisations syndicales d'enseignants et d'étudiants peuvent diffuser les comptes rendus des réunions des Conseils. Mais d'une part juridiquement ce sont des personnes et non des syndicats qui sont membres des Conseils et d'autre part le compte rendu syndical s'insère une dans analyse globale: le résultat peut être alors parfois différent des simples procès-verbaux d'une réunion approuvés néanmoins par la majorité des membres du Conseil de l'Université. On peut enfin se demander s'il est techniquement et financièrement possible aux membres des Conseils et des commissions d'Université de rendre compte en permanence de leurs travaux à leurs électeurs: le temps consacré à de telles opérations, leur coût même témoigneraient dans beaucoup de cas d'un véritable gaspillage. Il faut bien admettre aussi que les électeurs au Conseil de l'Université ne sont pas les seuls concernés par les délibérations de celui-ci; même lorsque l'élection a lieu au suffrage indirect, c'est toute la population universitaire qui est intéressée. D'une façon générale on peut en outre penser que d'autres personnes sont susceptibles d'être demandeurs d'informations: ainsi les Universités de province auraient-elles tort de négliger la presse locale qui peut leur servir de lien avec l'ensemble de la population d'une région. Ceci nous paraît d'autant plus important que la clientèle même de l'Université clientèle réelle ou virtuelle a changé.

\* \* \*

La démocratisation des conditions d'accès à l'enseignement supérieur ouvre en effet les portes de l'Université aux enfants de familles qui n'ont jamais bénéficié de prestations de cette Institution et ont une opinion parfois très déformée des milieux universitaires.

Il serait intéressant à cet égard de savoir comment est perçue l'Université au sein de certaines classes sociales qui sont sous-représentées dans le recrutement des étudiants. Est-il absurde d'avancer que cette image est sans doute trop accusée en bien comme en mal? L'Université n'apparaissait-elle pas encore récemment à beaucoup comme le seul

vrai moyen de promotion sociale alors que d'autres y voyaient un lieu privilégié consacré au gaspillage systématique et organisé d'énergies et de richesses. Si l'on raillait l'étudiant peu pressé de faire carrière et de suivre les traces de ses parents dans une profession donnée, on n'en admirait pas moins ceux qui conquéraient des titres considérés à tort ou à raison comme prestigieux. L'accès d'un plus grand nombre à l'Université s'accompagne d'un renouvellement de sa clientèle traditionnelle et ce phénomène est amplifié par la mise en place de filières de formation permanente et de formation d'adultes. Ici l'on ne rencontre plus seulement les enfants de ceux qui n'ont jamais fréquenté l'Université mais aussi ceux qui, étant entré assez jeunes dans la vie professionnelle, pensaient ne jamais connaître le monde universitaire. Si l'on veut alors éviter à la fois les déceptions qui naîtraient d'une image trop idéalisée de l'Université comme les réticences provoquées par une mauvaise opinion sur celle-ci ou les refus d'aborder une société mal connue, il faudra s'attacher à présenter l'Université au grand public telle qu'elle est avec ses qualités et ses défauts, ses forces et ses faiblesses, sa grandeur et parfois son prosaïsme. Il faudra savoir montrer ce qu'offre l'Université, décrire et expliquer les cadres et les limites de son action.

L'existence de nouvelles clientèles n'est cependant pas le seul symbole du changement des rapports entre l'Université et la Société. La situation de l'Institution dans l'ensemble social s'est aussi modifiée. L'Université d'antan bénéficiait d'un statut garanti par l'Eglise ou par l'Etat qui lui assurait privilèges et ressources. Or les odes contemporaines à l'Autonomie ne sauraient dissimuler l'état de dépendance – au moins financière – dans lequel se trouve désormais l'Université. La plus grande partie de ses ressources provient de subventions publiques accordées par l'Etat ou les collectivités locales. Quelques ressources complémentaires sont certes le fait d'entreprises privées mais elles sont alors le plus souvent allouées dans le cadre d'une réglementation étatique sur la formation professionnelle ou la formation permanente. Le financement de l'Université est donc devenu une affaire de politique nationale et l'on comprend facilement que – au moins dans les démocraties – le bénéficiaire de subventions publiques soit amené à justifier l'utilisation de ces ressources devant l'opinion et d'une façon générale devant ceux qui directement ou indirectement lui servent de bailleurs de fonds.<sup>6</sup>

<sup>6</sup> C'est sans doute la raison qui guidait les universitaires allemands lorsque ils réclamaient déjà en 1952, la création de service de presse et de Relations Publiques dans les Universités. Cf.: die Empfehlung der Hinterzarten Arbeitstagen, in Dokumente zur Hochschulreform 1945-1959, bearbeitet von Rolf NEUHAUS, 1961, Wiesbaden, Franz Steiner, Verlag, (Veröffentlichung der Westdeutschen Rektorenkonferenz), pp. 405 sqq.

La multiplication du nombre des étudiants et des diplômés a par ailleurs pour conséquence que l'on demande désormais plus souvent à l'Université non seulement d'adapter la formation qu'elle dispense aux exigences du marché de travail mais aussi de rester en contact permanent avec les entreprises susceptibles d'offrir des emplois: ce rôle nouveau dévolu à l'Université justifierait sans doute à lui seul la mise en œuvre d'une politique de Relations Publiques destinée à l'extérieur et constitut une des pierres d'achoppement de tout système de collaboration entre l'Université et l'Entreprise.

En France, un organisme comme l'Office d'Information National sur les Enseignements et les Professions (O.N.I.S.E.P.) est déjà un lien entre les entreprises et l'Université, mais on peut se demander dans quelle mesure – la spécialisation et la concurrence conduisant les Universités à acquérir (ou à reconquérir) leurs caractères propres – il n'appartiendra pas aussi à chaque établissement de faire valoir la qualité de ses travaux et de ses diplômés.

Enfin il faut noter que c'est sans doute dans ses rapports avec le monde du travail et de l'emploi que l'Université aura la possibilité de mettre en œuvre une politique de Relations Publiques au sens le plus large de cette expression: ici moins qu'ailleurs on ne saurait se contenter d'une information diffusée vers l'extérieur sans essayer de glaner à l'extérieur le maximum d'informations.

Les dimensions et la complexité des Universités comme le changement dans leur mode de gouvernement, l'accueil de nouvelles clientèles comme la nécessité de se concilier l'opinion publique et d'appréhender les besoins du marché du travail semblent donc bien justifier le recours aux techniques des Relations Publiques. Collecter l'information au profit des centres de décisions, la répercuter en direction de toutes les parties concernées: telles sont les caractéristiques d'une politique de Relations Publiques qui s'expliquerait tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'Université. Il reste à déterminer les conditions de sa mise en œuvre.

## II

A préconiser la création de postes nouveaux, on risque toujours de se voir opposer la constatation de TOCQUEVILLE:... 'Un sieur Lemberville publie un mémoire pour prouver qu'il est tout à fait conforme à l'intérêt public de créer des inspecteurs pour une certaine industrie, et il termine en s'offrant lui-même pour l'emploi. Qui de nous n'a connu ce Lemberville?'

<sup>7</sup> TOCQUEVILLE A. de. – L'Ancien Régime et la Révolution. – Paris, Gallimard, 1964. – p. 171 (Collection Idées No 55).

Nous pensons cependant avoir suffisamment montré l'utilité des Relations Publiques dans l'Université pour écrire que leur mise en œuvre passe par la définition d'une fonction précise confiée à une personne spécialisée placée éventuellement à la tête d'un service *ad hoc*.

On pourrait s'étonner du recours préconisé à des spécialistes de Relations Publiques. Rien ne s'oppose certes à ce qu'un universitaire ait la charge des Relations Publiques de son Université – et sans doute est-ce la solution optimale – mais à la condition qu'il s'initie à la collecte, au traitement, à l'élaboration et à la diffusion de l'information surtout lorsque celle-ci est destinée à tout ou partie de l'opinion publique.

Dans un article consacré à *l'Information et l'éducation de l'usager* des services d'enseignement, Monsieur M. DECAEN, Directeur du Centre Régional de Documentation pédagogique de Rennes, note... 'qu'il existe une certaine différence entre informer et enseigner et que, si les deux fonctions requièrent certaines aptitudes communes, elles n'en coïncident pas pour autant'.<sup>8</sup>

En effet... 'l'acte d'informer n'est pas l'acte d'enseigner. Leurs domaines ne sont pas absolument les mêmes. La façon dont ils s'exercent n'est pas identique dans l'un et l'autre cas. Il y a une certaine 'superficialité' et une certaine provocation de l'information qui la différencient de l'enseignement et de la culture. Leurs fins ne sont pas non plus totalement semblables. D'un côté, on apporte ou annonce des connaissances qui peuvent être utilisées pour des buts bien déterminés, de l'autre on invite l'élève à comprendre, à repenser, à intégrer à son être un savoir, pour l'épanouissement de sa personnalité et l'élargissement de sa culture. Il y a aussi dans l'information une intention pragmatique, que ne contient pas nécessairement l'instruction dont on a pu, aux siècles passés, louer le désintéressement. Enfin, l'information s'adresse presque uniquement ou du moins beaucoup plus fréquemment à des adultes qu'à des enfants. Ces derniers, et pour bien des raisons, on les instruit plus qu'on ne les informe.<sup>9</sup> Il suffirait peut-être de dire que l'information a ses difficultés particulières et l'informateur ses qualités spécifiques, qui ne coïncident pas totalement avec celles exigées dans l'enseignement...'<sup>10</sup>

Il faut donc souhaiter que les Universités fassent appel à des spécialistes pour mener à bien leur politique de Relations Publiques. On

<sup>8</sup> DECAEN Marcel. – *L'information et l'éducation de l'usager*. – Mai 1969, Les Cahiers de l'A.U.P.E.L.F., no 3. – p. 162.

<sup>9</sup> Cette affirmation peu applicable à l'enseignement supérieur, n'enlève rien à la valeur du raisonnement de l'auteur.

<sup>10</sup> DECAEN Marcel, op. cit. p. 162.

pourrait à cet égard leur appliquer presque mot pour mot le texte d'une Résolution de l'Assemblée Consultative du Conseil de l'Europe: 'Toujours dans le même souci de voir le Conseil de Coopération Culturelle éviter l'écueil du travail en 'vase clos', l'Assemblée se demande si, pour amorcer un rayonnement de son action en profondeur, il n'y aurait pas intérêt à faire appel à des experts de 'Relations Publiques' qui sauraient, dans des cas précis, atteindre le public voulu'.<sup>11</sup>

Du fait même de sa fonction, le spécialiste de Relations Publiques devrait être placé au niveau où l'information est la plus nombreuse et la plus large, c'est-à-dire auprès du Président de l'Université. L'ampleur de la tâche comme de simples considérations techniques incitent, en outre, à faire assister par quelques personnes le chargé de Relations Publiques de l'Université.

Dans ce domaine, l'exemple donné par l'Administration de l'Education Nationale mérite d'être retenu. Celle-ci a, en effet, créé des Services de Relations Publiques, d'abord au niveau du Ministère, puis plus récemment auprès de certains Recteurs.<sup>12</sup> On peut se demander s'il est normal que dans ses relations avec l'opinion publique le Président d'une Université Autonome reste en état d'infériorité technique par rapport au représentant de l'Etat.

Un service de Relations Publiques de l'Université n'aurait d'ailleurs pas pour unique mission d'être à la disposition de la seule Université mais aussi de ses unités constitutives. Bon an, mal an toute institution membre d'une Université fait appel à l'opinion publique ou essaie de lui présenter ses réalisations: il serait bon alors qu'elle puisse bénéficier des Conseils et du savoir-faire technique du Service de Relations Publiques.

\* \* \*

Mais le recours aux spécialistes, la création de services de Relations Publiques resteront inefficaces s'ils ne s'accompagnent pas d'un changement de mentalité de la part des différents membres de la Communauté Universitaire.

Sans doute est-ce ceux qui vivent en permanence au sein de l'Université – enseignants et membres du personnel administratif – qui devront faire le plus grand effort d'adaptation. Ressentir le besoin de diffuser l'information est une première étape. La seconde consiste, non seulement à reconnaître la nécessité de recourir aux techniques des Relations

<sup>11</sup> Assemblée Consultative du Conseil de l'Europe. – Résolution No 214 (1961) du 27 septembre 1961.

<sup>12</sup> *L'information et les Relations Publiques à l'Education Nationale, Education et Gestion* No 1, 1971.

Publiques, mais à les admettre. Or, les universitaires habitués à la rigueur des articles scientifiques ont parfois du mal à comprendre les exigences de la presse d'information, alors même que concision et simplification portent parfois mieux auprès du grand public que précisions et nuances.

D'une façon générale, la volonté d'informer ne se traduira que dans la soumission aux techniques modernes de l'information.

A l'intérieur de l'Université, elle symbolisera la substitution de la participation à un pouvoir traditionnellement assis sur le secret.

Vis à vis de l'extérieur, l'effort d'adaptation sera plus important encore. Jusqu'à une époque récente, en effet, l'Université se contentait de vivre repliée sur elle-même méprisant ce qu'elle considérait comme une sorte d'exhibitionnisme de la part des entreprises ou d'autres groupes privés. Seules quelques manifestations de prestige – comme les cérémonies solennelles de rentrée ou d'ouverture de cours – lui donnaient l'occasion de se présenter à un public choisi. Désormais c'est en permanence et pour l'ensemble de l'opinion que l'Université aura la qualité d'une 'Maison de Verre'. Ceci suppose une très grande disponibilité d'esprit qui permette la collaboration avec des milieux trop souvent ignorés. Parlant des relations qui devraient s'établir entre l'Université et l'Industrie, le Président-directeur général de la 'Société française des Pétroles B.P.', Monsieur Jean CHENEVIER écrivait récemment: 'Tout d'abord, et à la base, il y a une ignorance réciproque de chaque milieu envers l'autre... Cette ignorance va très loin et on pourrait en citer de nombreux exemples. Elle est d'ailleurs (et ce n'est pas faire preuve de 'triomphalisme' que de le noter) plus grande chez les universitaires que chez les industriels, car ces derniers, eux, sont passés par l'Université; mais cette différence ne va pas au fond des choses. Combien d'Universitaires n'ont jamais, physiquement, mis les pieds dans une usine? Une question aussi élémentaire prête à sourire, elle est néanmoins capitale, car elle est le symbole et le point de départ de tout'.<sup>13</sup> Et le même auteur regrette que certains s'accommodent d'une telle ignorance alors que d'autres s'en délectent ou n'ont pu que la constater sans avoir envie de faire quelque chose pour y mettre fin.

Mais ce n'est pas seulement avec l'Industrie que l'Université doit entretenir des relations privilégiées: d'autres secteurs de l'opinion publique sont susceptibles de s'intéresser à ses activités et tout citoyen a, en fait, le droit de savoir comment sont utilisés les moyens qu'il met à la disposition de son Université.

A une époque où l'enseignement réclame de plus en plus de crédits à

la Nation, les Universitaires devraient réfléchir sur l'exemple de la N.A.S.A. Le luxe de détails et d'informations qui accompagne chaque mission spatiale contribue incontestablement à faire de ces opérations les plus grandes manifestations de Relations Publiques organisées par les Etats-Unis à leur profit, mais cela aussi justifie aux yeux du peuple américain les sacrifices qu'on lui a fait consentir.

On aurait tort de croire cependant qu'un changement de mentalité de la part des universitaires et du personnel administratif suffirait à assurer le succès de la politique de Relations Publiques de l'Université. Il ne faut pas ignorer en effet que celle-ci semble souvent concurrencer directement les systèmes d'information mis en place par divers groupes dont les syndicats.

Or, enseignants, étudiants, membres du personnel administratif appartiennent pour la plupart à un syndicat.

Les bases du recrutement de ces syndicats et l'existence de plusieurs syndicats constituent cependant un élément du fractionnement de l'Université dans sa totalité et dans son unité. S'ils ont aussi une mission d'information, il paraît difficile de leur confier la fonction générale d'information dans et sur l'Université. Certes, on ne conçoit guère une politique de Relations Publiques mise en œuvre sans l'accord au moins tacite des syndicats, mais en revanche ceux-ci doivent reconnaître qu'une telle politique est possible sans être nécessairement contraire à leurs intérêts.

Ici encore le changement de mentalité est un préalable à toute action continue et cohérente de Relations Publiques.

\* \* \*

En dernière analyse, il apparaît que la mise en œuvre d'une politique de Relations Publiques dans l'Université est non seulement une condition de son bon fonctionnement mais encore une conséquence de son ouverture sur la société.

On pourrait objecter cependant que l'efficacité d'une telle politique reste aléatoire par rapport à son coût réel ou supposé. Nous nous heurtons ici au problème fondamental que les spécialistes de Relations Publiques n'ont, semble-t-il, pas encore résolu: quelle est la productivité des opérations de Relations Publiques? Celle-ci est difficilement mesurable avec précision. Il est en effet toujours délicat de déterminer avec certitude tous les secteurs de l'opinion atteints par une opération de Relations Publiques. Le résultat même de telles opérations est par ailleurs souvent différé dans le temps.

Faut-il pour autant rejeter des techniques qui ont été employées le plus souvent avec succès, par les entreprises privées ou par certains

<sup>13</sup> CHENEVIER Jean, La collaboration Université-Industrie, Centre de Recherches et d'études des chefs d'entreprise, Cahier No 16, 1970, p.10.

services publics comme l'Armée, les Postes et Télécommunications ou les Services Fiscaux? Nous pensons, quant à nous, que l'expérience mérite d'être tentée. Le manque d'informations en provenance directe de l'Université favorise en effet une peinture trop déformée de la vie universitaire. Le moindre incident peut alors prêter à une généralisation hâtive et servir les intérêts de tous ceux qui avec ou sans raison se réjouissent de voir l'Université dénigrée.

Pour en référer au vocabulaire politique, nous dirons que faute de Relations Publiques, l'Université alimentera facilement toutes les formes de poujadisme anti-universitaire. De telles réactions se confondant avec ce que d'aucuns nomment 'le racisme anti-jeunes' pourraient alors très vite conduire à mettre l'Université au ban de la Nation. L'Histoire nous donne d'autres exemples du même phénomène. Elle nous apprend aussi que ni les hommes ni les peuples n'y ont gagné.

## THE ARTS AND THE THEORY OF LEVELS OF LANGUAGE

By R.K. SPRAGUE

*(A paper read at the meeting of the Southern Society for Philosophy and Psychology in Athens, Georgia on April 9, 1971.)*

THE theory of levels of language was designed for the solution of the so-called 'semantical paradoxes' in logic, and it is to this function that its uses have for the most part been confined. It is the purpose of this essay to show that the theory need not remain the exclusive property of logicians and mathematicians; on the contrary, by an analogy with the arts (and particularly the literary arts) it can be made to yield an aesthetic principle of a good deal of power and subtlety.

The chief distinction introduced by the theory of levels of language is that between object languages and metalanguages. The term 'object language' refers to any language which is an object of discussion, while the term 'metalanguage' refers to any language in which such a discussion takes place. In a German grammar written for English-speaking students, for instance, German is the object language and English is the metalanguage. If it should become necessary to talk about the metalanguage, a new metalanguage appears and the former metalanguage becomes an object language. In this way a hierarchy of language levels is constructed. The reason for the construction of the hierarchy is that paradoxes have been found to result if language be permitted to talk about itself in an unrestricted way. (An example of such a paradox is given in the notes.)<sup>1</sup> The basic principle exhibited by the theory may therefore be roughly formulated as 'No language may include itself in its own scope.'

Since language, in one form or another, is the medium of art, it is not

<sup>1</sup>The following paradox is due to J. Lukasiewicz. Take the statement:

The sentence printed on page 121, line 25 of this article is false. Since this statement asserts its own falsehood, it will be true if false, and conversely, false if true, which is a manifest contradiction. The theory of levels of language eliminates such contradictions by preventing any statement from talking about itself. (The article by A. Tarski, 'The Semantic Conception of Truth' in *Philosophy and Phenomenological Research*, IV, (1944), should be consulted for a full discussion of the theory.)