



Les relations entre espace communicationnel, espace médiatique et espace public

Eric Dacheux

► **To cite this version:**

Eric Dacheux. Les relations entre espace communicationnel, espace médiatique et espace public. 2003.
sic_00000624

HAL Id: sic_00000624

https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000624

Submitted on 7 Oct 2003

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Les relations entre espace communicationnel, espace médiatique et espace public

Pour comprendre les relations entre espace communicationnel, espace médiatique et espace public, il faut distinguer communauté culturelle et communauté politique. Une communauté culturelle est un « être en commun » soudé par l'appartenance à une culture unique. Elle est fondée nous dit Etienne Tassin, sur l'harmonie, tandis que la communauté politique, elle, préserve les distances, maintient les différences. Elle est fondée sur un espace public qui organise la polémique (Tassin, 1991). Une communauté politique permet à des individus appartenant à des groupes culturels différents de vivre ensemble en discutant ce qu'est l'intérêt général ; une communauté culturelle est circonscrite à un groupe unique qui impose à ses membres ce qu'est l'intérêt général. Dans ce dernier cas de figure, il n'y a pas d'espace public. De plus, l'identité est parfaite entre espace communicationnel et espace culturel. Cependant, dans une communauté politique, cette identité entre les deux espaces symboliques n'a plus lieu d'être, puisque ce sont des individus qui appartiennent à des groupes culturels différents qui débattent des questions d'intérêt général. Or, pour débattre, il faut pouvoir se comprendre. L'espace communicationnel est donc l'espace de médiation symbolique qui permet à tous les membres de la communauté politique, quelque que soit leur appartenance culturelle, de communiquer avec les autres membres de la communauté politique. L'espace communicationnel est donc constitué de codes symboliques ¹ communs aux différents groupes culturels et de connaissances historiques, civiques et symboliques sur la nature et le fonctionnement de la communauté politique qui réunit les membres de ces différents groupes. Autrement dit, une culture commune (et non pas une culture unique) qui permet l'échange et une culture civique qui autorise un débat sur l'intérêt général. Dans une communauté politique, l'espace communicationnel est donc le socle de l'espace public, dans la mesure où ce dernier est un espace de médiation symbolique dédié aux questions politiques. Il est également le socle de l'espace médiatique, si l'on définit ce dernier comme l'espace technique et symbolique qui objective les communications non directes (ne se déroulant pas en face à face) entre les acteurs d'une communauté donnée. Cependant, il ne faut pas confondre médiation et médiatisation. Si, comme le notent certains spécialistes, l'espace

¹ Langue, conception du temps, construction des distances interpersonnelles, etc.

public contemporain est fortement structuré par les médias (Ferry, 1989 ; Wolton, 1991), il ne s'est pas résorbé dans un espace médiatique qui le « produirait » (Paquette, 2000). En effet, si comme le soulignait, il y a plus de vingt ans, Louis Quéré (1982), il existe une parenté morphologique entre l'espace public et les médias, il n'y a pas de lien génétique entre les deux. Les médias naissent, en Europe (France, Allemagne), sous des régimes non démocratiques et se développent, encore aujourd'hui, dans des régimes autoritaires (Russie). De plus, dans les Etat-nations démocratiques de l'Europe des quinze, les acteurs politiques que sont les associations usent d'un répertoire de communication qui ne se réduit pas à la communication médiatique (Dacheux, 1998), tandis que les élus, grands utilisateurs de médias, continuent de recourir à des méthodes de communication plus traditionnelles : tracts, réunions publiques, banquets républicains, etc.). Constat plus flagrant encore à l'échelle de l'Union européenne où la construction politique se poursuit en l'absence de médias européens de forte audience. La communication politique ne se réduit pas à l'utilisation des mass media (Achache, 1989). Ces derniers, en permettant à la communauté politique de se rendre visible à elle-même, participent à l'objectivation de l'espace public. De plus, ils constituent les canaux principaux de la publicité politique. Cependant, d'une part, ils ne couvrent pas tout l'espace public et, d'autre part, ils ne sont pas centrés sur le débat critique. L'information politique n'est ni la mission première ni la priorité principale des industries culturelles que sont les médias modernes. L'espace public et l'espace médiatique se recourent partiellement mais restent deux espaces symboliques distincts qui, tous les deux, s'ancrent dans l'espace communicationnel (cf. schéma N°4).

Schéma N°4
Les relations entre espace communicationnel, espace public et espace médiatique

