HAL
open science

Public et territoire

Angeliki Monnier

To cite this version:

Angeliki Monnier. Public et territoire. 2016, pp.[En ligne]. hal-01704082

HAL Id: hal-01704082

https://hal.univ-lorraine.fr/hal-01704082

Submitted on 27 Feb 2018

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.

Publictionnaire
Dictionnaire encyclopédique et critique des Publics

Public et territoire

Angeliki Monnier

Référence électronique
Angeliki Monnier, Public et territoire. *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Mis en ligne le 07 novembre 2016. Accès : http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/public-et-territoire/.

Le *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics* est un dictionnaire collaboratif en ligne sous la responsabilité du Centre de recherche sur les médiations (Crem, Université de Lorraine) ayant pour ambition de clarifier la terminologie et le profit heuristique des concepts relatifs à la notion de public et aux méthodes d'analyse des publics pour en proposer une cartographie critique et encyclopédique.

Accès : http://publictionnaire.huma-num.fr/

Cette notice est mise à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'utilisation commerciale - Pas de modification 3.0 France.
Pour voir une copie de cette licence, visitez http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/fr/ ou écrivez à Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

Public et territoire

Par définition, le public présuppose l'existence d'un lien unissant ses membres ; lien réel (valeurs partagées, habitudes, goûts, intérêts, etc.) ou résultat d'une projection de la part d'un émetteur. Dans ce cadre, son association avec le concept de territoire s'avère particulièrement pertinente. « Objet d'une appropriation » (Di Méo, 1998 ; Nordman, 1998), « espace social vécu » et par là même « espace d'identité et d'appartenance » (Hamman, 2011), le territoire, aussi bien dans sa dimension physique que symbolique (Ballarini, Delavaud, 2014), fournit ainsi un repère nécessaire pour la construction d'un public. En tant que signifié, il peut constituer l'axe sémantique autour duquel ce dernier peut se forger (national, régional, etc.) ; en tant que signifiant, il délimite et ordonne l'espace au sein duquel la circulation des messages destinés à ce public peut avoir lieu. En ce sens, les publics sont toujours « territorialisés ».

Territorialisation des publics et dispositifs de communication

Les territoires circonscrivent les *habitus* et les représentations collectives qui forment les publics. L'importance des systèmes et dispositifs de communication s'avère à ce titre primordiale. Des chercheurs s'attardent par exemple sur le rôle des médias nationaux dans la formation du lien social (*e.g.* Wolton, 1990 ; Bociurkiw, 2011 ; Mihelj, 2011). En standardisant les messages véhiculés au sein d'une population, à l'instar de tout autre système et dispositif de communication territorialement ancré (écoles, institutions, etc.) (Thiesse, 1998), les médias façonnent les *espaces publics*, forgeant les publics tout court : ils fabriquent et célèbrent une culture commune, ils emblématisent certains contenus et les rendent signifiants pour les populations auxquelles ceux-ci sont destinés (Hobsbawn, Rangers, 1983). La notoriété de la thèse de Benedict Anderson (1983) sur les nations en tant que *communautés imaginées* et ses innombrables citations tendent à faire oublier le fait que l'auteur a insisté sur le rôle primordial des canaux de communication partagés, centralisés et standardisés, en tant que générateurs des coïncidences calendaires consommées de façon synchrone, à savoir simultanée, au sein d'un certain espace géographique. Pour cet auteur, l'invention de l'imprimerie et l'essor des médias de masse ont été des catalyseurs qui n'ont pas seulement contribué à la naissance des États-nations, mais qui conditionnent encore aujourd'hui le maintien de ces derniers au plan quotidien. Dans ce cadre, le territoire, dans sa dimension spatiale mais aussi culturelle, constitue un enjeu majeur pour les acteurs économiques en quête de publics.

À la recherche de publics a-territoriaux

Sur un plan historique, la question de l'existence de publics au-delà des territoires s'est posée très tôt dans l'apparition même des premières formes de communication transnationales, au cours du dernier quart du XIXe siècle. Elle a soulevé, dès cette époque, des interrogations concernant le transfert des messages publicitaires dans différents contextes nationaux. Dans les années 1980, la théorie du « village planétaire », inspirée de Marshall McLuhan (1967), a été réactualisée par l'économiste américain Theodore Levitt (1983), qui prônait la mise en place d'approches de communication dites « globales ». Nuançant cette approche, le néologisme de « glocalisation » s'est imposé pour indiquer la nécessité d'une certaine diversification des messages par leur adaptation aux contextes locaux. Lié au débat sur les résistances « locales » face aux processus de globalisation de l'économie et des systèmes de communication, ce courant a été corroboré par des travaux empiriques qui, dans le sillage des *Cultural Studies*, ont démontré le rôle des contextes spécifiques dans le décodage des discours médiatiques (Hoggart, 1967 ; Hall, 1993). Il a aussi été appuyé par de nombreuses recherches sur les codes et les limites de la communication interculturelle (Hall, 1959 ; Hofstede, 1980). Des chercheurs rappellent ainsi les difficultés de construire des publics transnationaux, comme par exemple lorsqu'il s'agit de forger un public « européen », et cela malgré de nombreux outils mis en place dans cet objectif (Dacheux, 2004), ou au sein des régions dites « transfrontalières », qui, malgré la proximité géographique, souffrent du manque de lien identitaire de leurs populations (Koukoutsaki-Monnier, 2011). Bien sûr, les frontières sont poreuses et de nombreuses matrices organisationnelles dépassent les territoires géographiques et favorisent l'apparition d'« espaces publics sectoriels » (Dacheux, 2008 : 225), mais leur portée est souvent limitée.

Entre dépassement des territoires et nouvelles territorialisations des publics

Pourtant, il s'avère aujourd'hui inévitable et nécessaire – dans certains cas du moins – d'admettre l'existence de « publics transnationaux ». La médiatisation à travers le globe d'événements emblématiques, comme par exemple lors de retransmissions directes (Dayan, Katz, 1992), a en effet tendance à engendrer le dépassement des territoires dans leur acception spatiale ; mais c'est surtout l'internet, notamment le web participatif, qui met de nos jours à l'épreuve l'ancrage territorial des publics. Qu'il s'agisse des communautés de pratiques (Wenger, 1998), des hybridations culturelles (Georgiou, 2006) ou encore des migrants « connectés » (Diminescu, Pasquier, 2010), de nombreux travaux s'intéressent à la manière dont les nouvelles technologies de l'information et de la communication, au croisement de la mobilité croissante des populations, déterritorialisent les publics, opérant la « compression spatio-temporelle » (Harvey, 1989 : 201) chère aux analystes de la mondialisation. Néanmoins, si les territoires s'estompent dans certains cas, ils ne disparaissent pas pour autant. Leur empreinte se fait sentir dans la structure et le contenu du web, à travers les enjeux géopolitiques qui sous-tendent son fonctionnement (Fayon, 2013), mais aussi à travers la multiplication des collectifs en ligne associés à des territoires spécifiques, géographiques ou autres (Mattelart, 2007). Le web devient en soi un territoire à part entière, voire un ensemble

de territoires, dont les publics sont aussi à explorer, à analyser, à comprendre. Loin de provoquer la disparition des territoires, l'usage des technologies de l'information et de la communication s'avère participer à une reterritorialisation caractérisée par un enchevêtrement des territoires manifestés (Noyer *et al.*, 2013).

En sciences humaines et sociales, le territoire est aujourd'hui davantage appréhendé sous un angle constructiviste, axé sur les processus de territorialisations et les territorialités – « activées », mythifiées et/ou identitaires – que ceux-ci engendrent (Vanier, 2009). Les « effets de territoire » renvoient aux diverses appropriations de ce dernier par des publics en tant qu'acteurs ou usagers, comme par exemple dans le domaine de l'éducation (Champollion, 2013). Les frontières sont pensées au sein de cadrages innovants qui mettent en évidence l'existence de publics au-delà du politique et de la géographie : d'ordre réticulaire (propres aux principaux nœuds des grands réseaux de transport, de communication, etc.), social (relatifs aux degrés de participation des individus à la société), gestionnaire (résultat de découpages administratifs liés à de nouvelles formes de gouvernance), etc. (Groupe Frontière, 2004). Les publics n'ont sans doute pas cessé d'être territorialisés.

Bibliographie

Anderson B., 1983, *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, London, Verso.

Ballarini L., Delavaud G., dirs, 2014, *Nouveaux territoires médiatiques*, Paris, Mare et Martin.

Bociurkiw M., 2011, *Feeling Canadian. Television, Nationalism, and Affect*, Ontario, Wilfrid Laurier University Press.

Champollion P., 2013, *Les Inégalités d'éducation et d'orientation d'origine territoriale*, Paris, Éd. L'Harmattan.

Dacheux É., 2004, *L'Impossible Défi. La politique de communication de l'Union européenne*, Paris, CNRS Éd.

Dacheux É., 2008, « Nouvelle approche de l'espace public européen. Dépasser le clivage entre sciences de l'information et de la communication et science politique », *Questions de communication*, 14, pp. 221-242.

Dayan D., Katz E., 1992, *Media Events*, Cambridge, Harvard University Press.

Di Méo G., 1998, *Géographie sociale et territoires*, Paris, Nathan.

Diminescu D., Pasquier D., dirs, 2011, « Les migrants connectés. T.I.C. Mobilités et migrations », *Réseaux*, 28, 159 (dossier spécial).

Fayon D., 2013, *Géopolitique d'Internet. Qui gouverne le monde ?*, Paris, Economica.

Georgiou M., 2006, *Diaspora, identity and the media*, New Jersey, Hampton Press.

Groupe Frontière, 2004, « La frontière, un objet spatial en mutation », *EspacesTemps.net*, http://www.espacestemps.net/articles/la-frontiere-un-objet-spatial-en-mutation/. Consulté le 04 novembre 2014.

Hamman P., 2011, « Penser la différence à l'aune des espaces-frontières », pp. 29-40, *in* : Denooz L., Thiéblemont-Dollet S., dirs, *Le Moi et l'autre. Étude pluridisciplinaire de la différence*, Nancy, Presses universitaires de Nancy.

Hall E. T., 1959, *The Silent Language*, New York, Doubleday.

Hall S., 1993, « Encoding, Decoding », pp. 90-103, *in* : During S., ed., *The Cultural Studies Reader*, London/New York, Routledge.

Harvey D., 1989, *The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, London, Basil Blackwell.

Hobsbawn E., Rangers T., eds, 1983, *The Invention of Tradition*, Cambridge, Cambridge University Press.

Hoggart R., 1967, *The uses of literacy: Aspects of working-class life with special references to publications and entertainments*, London, Chatto and Windus.

Hofstede G., 1980, *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*, Beverly Hills, CA, Sage.

Koukoutsaki-Monnier A., 2011, *Représentations du transfrontalier*, Nancy, Presses universitaires de Nancy.

Levitt T., 1983, « The Globalization of Markets », *Harvard Business Review*, 3, pp. 42-47.

Mattelart T., dir., 2007, *Médias, migrations et cultures transnationales*, Paris, De Boeck.

McLuhan M., 1967, *The medium is the message, An Inventory of Effects*, New York, Bantam Books.

Mihelj S., 2011, *Media Nations*, Basingstoke/New York/China, Palgrave Macmillan.

Nordman D., 1998, *Frontières de France. De l'espace au territoire XVIe-XIXe* siècle, Paris, Gallimard.

Noyer J., Raoul B., Pailliart I., dirs, 2013, *Médias et territoires. L'espace public entre communication et imaginaire territorial*, Lille, Presses du Septentrion.

Thiesse A.-M., 1998, *La Création des identités nationales*, Paris, Éd. Le Seuil.

Vanier M., dir., 2009, *Territoires, territorialité, territorialisation, Controverses et perspectives*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.

Wenger É., 1998, *Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity*, New York, Cambridge University Press.

Wolton D., 1990, *Éloge du grand public*, Paris, Flammarion.