

**Jacques Noyer, Bruno Raoul et Isabelle Paillart (dirs.) :
Médias et Territoires. L'espace public entre
communication et imaginaire territorial**
Marion Dalibert

► **To cite this version:**

Marion Dalibert. Jacques Noyer, Bruno Raoul et Isabelle Paillart (dirs.) : Médias et Territoires. L'espace public entre communication et imaginaire territorial . 2013, pp.226-229. 10.4000/edc.6094 . hal-01695158

HAL Id: hal-01695158

<https://hal.univ-lille.fr/hal-01695158>

Submitted on 10 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.

Jacques Noyer, Bruno Raoul et Isabelle Pailliar
(dirs.) : *Médias et Territoires. L'espace public entre communication et imaginaire territorial*

Marion Dalibert



Édition électronique

URL : <http://edc.revues.org/6094>

DOI : 10.4000/edc.6094

ISSN : 2101-0366

Éditeur

Université Lille-3

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2014

Pagination : 226-229

ISBN : 978-2-917562-12-3

ISSN : 1270-6841

Référence électronique

Marion Dalibert, « Jacques Noyer, Bruno Raoul et Isabelle Pailliar (dirs.) : *Médias et Territoires. L'espace public entre communication et imaginaire territorial* », *Études de communication* [En ligne], 43 | 2014, mis en ligne le 10 décembre 2014, consulté le 31 août 2017. URL : <http://edc.revues.org/6094>

Ce document a été généré automatiquement le 31 août 2017.

© Tous droits réservés

Jacques Noyer, Bruno Raoul et Isabelle Pailliarth (dirs.) : *Médias et Territoires. L'espace public entre communication et imaginaire territorial*

Marion Dalibert

RÉFÉRENCE

Jacques Noyer, Bruno Raoul et Isabelle Pailliarth (dirs.) : *Médias et Territoires. L'espace public entre communication et imaginaire territorial*, Villeneuve d'Ascq, Presses universitaires du Septentrion, 2013, 283 p.

- 1 Cet ouvrage, divisé en trois parties et composé de onze chapitres, prolonge les réflexions du numéro 37 de la revue *Études de communication*, paru en 2011, intitulé « Images de territoires et 'travail territorial' des médias » dirigé par les mêmes auteurs : Jacques Noyer, Bruno Raoul et Isabelle Pailliarth. Il rend compte de la manière dont différentes instances de production de discours (habitants d'un quartier, journalistes, collectivités locales et territoriales ou institutions publiques) – via un ou plusieurs médias – participent à représenter un territoire, à en construire l'imaginaire et le sentiment d'appartenance des personnes qui y habitent ou le fréquentent. Comme Jacques Noyer et Bruno Raoul le mettent en avant dans l'introduction, il vise à « *montrer comment, dans la production des médias dits traditionnels mais aussi de ceux considérés comme « nouveaux » (sites, blogs...) apparaît l'objet territorial concerné et comment se constitue, sur le plan des représentations, une entité par laquelle un périmètre spatial est investi d'un sens fédérateur pour ceux qui y vivent, mais aussi d'images symboliques pour ceux qui y sont extérieurs* » (p. 12). Le territoire est ici considéré dans une certaine localité : les auteurs prennent en compte des frontières géographiques inférieures à celle de la nation (française généralement) et

portent leur attention sur des régions (Midi-Pyrénées par exemple), des circonscriptions administratives (académies de Clermont-Ferrand, de Grenoble et de Strasbourg), des villes (Angoulême, Roubaix, New-York, Paris) ou certains quartiers roubaisiens.

- 2 La première partie de l'ouvrage est centrée sur l'imbrication de la notion de territoire avec celle d'espace public. Cette dernière est alors mobilisée de deux façons : elle renvoie à l'urbanité (la ville, le quartier) ou, dans le sens d'Habermas, à une arène de débats. Cette partie s'ouvre sur un chapitre théorique écrit par Simon Gadras et Isabelle Pailliar qui démontrent comment la dimension territoriale est constitutive de l'espace public alors qu'elle est rarement interrogée. Traitant à la fois de *l'agora* grecque, des médias nationaux et locaux ainsi que de l'action publique territoriale, les auteurs expliquent que « *le territoire constitue un objet de l'espace public, un lieu de formation des arguments et de leur contextualisation, enfin une modalité spécifique de l'espace public contemporain* » (p. 24). Cette imbrication est ensuite traitée par Benoît Berthou qui illustre comment, suite à la volonté des politiques locales, la bande-dessinée a conduit à construire une image d'Angoulême associée à ce neuvième art, alors qu'il y a quarante ans, cette ville était considérée comme un « *désert culturel* » (p. 43). Bruno Raoul clôture cette partie en interrogeant l'articulation des deux usages de la notion d'espace public. Il s'intéresse pour cela à la publication, par des comités de quartier roubaisiens, de journaux qui se trouvent souvent dans un rapport de conflictualité avec la municipalité. L'auteur cherche alors à montrer « *comment un espace public 'institué' du territoire et comment, de manière réciproque, le territoire 'institué' de l'espace public* » (p. 78) et met en avant que l'imaginaire d'un quartier – produit par ces journaux – peut circonscrire les discours portés par les militants au sein de cette zone urbaine.
- 3 La deuxième partie s'attache plus spécifiquement à la problématique de l'image, de l'identité ou de l'imaginaire des villes et des territoires. Christelle Fourrier l'inaugure en questionnant l'évolution des politiques de communication menées par les collectivités locales et leurs impacts sur la représentation des villes. Se basant sur des entretiens effectués auprès de chargés de communication de différentes communes, elle énonce que la communication publique des municipalités, se devant d'être de plus en plus ciblée, tend à se rapprocher du marketing. Elle fait ainsi l'hypothèse que « *la mise en forme des messages de plus en plus complexes et segmentés bouscule la question de l'image de la collectivité comme celle de l'identité territoriale, normalement entendues à travers les critères de la permanence, de la continuité, de l'unité et de la cohésion autour de valeurs stables dans le temps, et non de la différenciation, de la variété et du changement permanent* » (p. 98). Dans le chapitre suivant, Hélène Cardy s'intéresse également à la communication institutionnelle publique en examinant pour sa part le rôle des « *palmarès* ». Ceux-ci, quand ils sont médiatisés, sont effectivement considérés comme des « *outils de communication innovants* » (p. 123) par les collectivités locales et utilisés pour développer l'attractivité du territoire. Dominique Pagès mène ensuite une étude autour des changements iconographiques d'une revue éditée par la Délégation générale à Paris métropole et aux coopérations interterritoriales (DPMC) : *Extramuros* devenu, en juin 2011, *les Cahiers de la métropole*. Ces changements, corrélés à une évolution éditoriale, visent à signifier « l'existence » (après sa construction) d'un nouveau territoire, celui de la métropole de Paris. Jacques Noyer clôt cette seconde partie en analysant l'image de la ville de Roubaix, telle qu'elle se construit au sein du discours d'information produit par les principales chaînes de télévision de 1995 à 2007, mais aussi telle qu'elle est travaillée au sein de la municipalité. L'auteur interroge en effet la manière dont les chargés de communication de la mairie de Roubaix prennent

en compte l'identité médiatique souvent négative de cette commune, celle-ci étant représentée comme un « *espace de difficultés sociales multiples en même temps que le lieu de constantes tentatives de dépassement de celles-ci* » (p. 183).

- 4 La troisième et dernière partie de l'ouvrage est axée quant à elle sur le web et les médias en ligne, et, notamment, sur leurs particularités à l'égard des processus de construction symbolique des territoires. Le premier chapitre problématise le succès d'*AriègeNews, pure player* de la région Midi-Pyrénées. En le comparant à la version digitale de *la Dépêche du Midi - LaDépêche.fr*, Franck Bousquet et Nikos Smyrnaiois montrent comment ce quotidien est devenu économiquement rentable en faisant (entre autres) office de « *média d'influence* » (p. 203). Dans le chapitre suivant, la réflexion de Jean-Michel Rampon porte également sur le fonctionnement d'un journal local en ligne – la *Gotham Gazette* de la ville de New-York, mais interroge plus spécifiquement la place des minorités ethnoraciales dans la production des contenus de ce média participatif. Anne Piponnier et Pierre Champollion consacrent ensuite un article à la communication éducative institutionnelle et se demandent comment les sites web des rectorats et des inspections académiques de Clermont-Ferrand, Strasbourg et Grenoble représentent visuellement le territoire où ces administrations sont ancrées. Puis, dans le dernier chapitre, Gersende Blanchard analyse les usages d'un blog d'un comité de quartier (celui de l'Hommelet à Roubaix) et particulièrement la production territoriale qui se matérialise au sein de ce dispositif numérique.
- 5 Comme on l'observe rapidement à la lecture, les coordinateurs ont fait le choix de traiter différents champs de recherche des sciences de l'information et de la communication – la communication publique, les processus de médiatisation, les usages des TIC, c'est ce qui constitue le point fort de l'ouvrage : le rapport entre médias et territoire est ainsi questionné dans une perspective large. Les réflexions ouvertes par les contributeurs sont en outre stimulantes et donnent envie de s'en emparer et d'interroger, par exemple, la construction médiatique des zones géographiques à d'autres échelles.

AUTEUR

MARION DALIBERT

Laboratoire GERiCO – Université Lille 3