

Table des matières

REMERCIEMENTS.....	5
INTRODUCTION	7
CHAPITRE 1. L'ESPACE PUBLIC : REPÈRES SOCIOHISTORIQUES ET GÉOPOLITIQUES..... 15	
Au moins quatre filiations	16
L'archéologie du principe de publicité et ses fondements historiques	20
Du côté de la sphère publique littéraire et intellectuelle	23
Au cours du XIX ^e siècle	24
Contribution de Roger Bautier	
<i>Une participation plus ou moins limitée</i>	25
<i>L'élitisme jusque dans la République</i>	27
<i>Un dogmatisme nécessaire?</i>	29
<i>Les formes d'intégration à l'espace public</i>	31
<i>Les modèles de la presse et du débat politique</i>	33
Des ébauches ou des traces là où on ne les attendait pas.....	36

CHAPITRE 2. EXAMEN ET DISCUSSION DES THÈSES HABERMASSIENNES	43
L'intérêt pour la rationalité communicationnelle	44
Discussion critique et prolongements	49
<i>La visée normative: centrale</i>	50
<i>Le recours mesuré aux sciences sociales</i>	52
<i>Un espace public unique ou fragmenté?</i>	54
<i>Un système médiatique prégnant</i>	57
<i>Une distinction entre sphère publique et sphère privée à réévaluer</i>	59
<i>Le tournant langagier-communicationnel</i>	61
CHAPITRE 3. LES DISCUSSIONS ET DÉBATS: COMPOSANTE CENTRALE DE L'ESPACE PUBLIC	67
Des échanges discursifs argumentatifs	68
<i>Des conditions assez improbables</i>	70
<i>L'hypothèse d'une éthique universaliste</i>	72
<i>Une efficacité bien limitée et circonscrite</i>	74
Des modalités discursives et des paroles en situation	76
Contribution d'Hélène Romeyer	
<i>Les situations de discussions</i>	77
<i>De nouvelles modalités de discussion</i>	86
CHAPITRE 4. LA (LES) MÉDIATION(S) ET L'ESPACE PUBLIC	91
Des premières observations sur la question de la médiation ...	92
L'articulation entre la communication et la médiation	96
<i>Une proposition d'un schéma explicatif</i>	101
Vers une communication automatisée et individualisée?	104
La communication publique: propositions pour un bilan	108

CHAPITRE 5. LES MÉDIAS, LES NOUVEAUX MÉDIAS ET LE HORS-MÉDIAS	115
Avec les médias imprimés et audiovisuels durant le ^{xx} e siècle...	116
La télévision toujours dominante	120
Les relations publiques généralisées et omniprésentes	125
L'émergence des Tic et leurs avantages supposés	129
Une communication médiatisée échappant aux médias.....	135
Les lieux actuels d'activation de l'espace public	139
CHAPITRE 6. LES CADRES CONTEMPORAINS DE L'ESPACE PUBLIC	145
L'individualisation des pratiques sociales de communication ...	148
La domination marchande des pratiques de communication ...	152
L'emprise de la technique	155
La transnationalisation engagée des activités info-communicationnelles	158
L'implication des normes d'action communicationnelle.....	161
CHAPITRE 7. LES DIMENSIONS SOCIÉTALES ET POLITIQUES DE L'ESPACE PUBLIC	171
La confirmation de la fragmentation, de la juxtaposition, de la parcellarisation, de l'élargissement et de la diversification ...	172
Des espaces partiels mais sous des conditions précisées	177
La persistance d'espaces communs	186
L'intérêt pour les processus délibératifs	192
Le politique dans l'espace public contemporain	196
Espace public politique <i>vs</i> espace public sociétal	203
CONCLUSION	207
BIBLIOGRAPHIE	211