

MEHOUS
CLÉMENT
DSAA DG2 MARSEILLE

**ESPACE
PUBLIC,
THIERRY
PAQUOT**

FICHE DE LECTURE/
LA (RÉ)APPROPRIATION DE L'ESPACE PUBLIC /
RENDU AU 28/02/19 /

00.	L'auteur et son travail.	P. 03-04
01.	Introduction de l'ouvrage	P. 05-08
02.	L'espace public ou la fabrique des opinions	P. 09-10
03.	Les journaux, les salons, les cafés	P. 11-12
04.	Privé et public : des mots à parenté variable	P. 13-14
05.	De La voirie aux espaces publics	P. 15-16
06.	Usages et pratiques de l'espace public	P. 17-18
07.	En conclusion	P. 19-20

L'AUTEUR ET SON TRAVAIL

00

Thierry Paquot, né en 1952 à Saint-Denis (en Seine-Saint-Denis) est ce qu'on appelle un philosophe de l'urbain. En effet, il participe depuis plus de trente ans aux débats sur la ville, l'architecture et l'urbanisation. Il dénonce dans ses écrits l'urbanisme de l'ère productiviste et propose des alter-architectures au nom de l'écologie existentielle. En 1979 il soutient une thèse de doctorat en économie à l'université de Lille. Il l'intitule : «Nationalisation, propriété et pouvoir (éléments pour une histoire de l'idéologie économiste au sein du mouvement ouvrier français)».

Cet individu est très actif, comme en témoigne ses nombreux postes au sein d'institutions culturelles. En effet, ancien professeur des universités à l'Institut d'urbanisme de Paris XII, il appartient à l'Académie Nationale des Arts de la Rue (ANAR), et il est le responsable scientifique du programme «La forme d'une ville» au Forum des Images de Paris. De plus, il donne régulièrement des cours à l'École d'architecture de La Cambre (Bruxelles) et au département d'urbanisme de l'Université d'architecture de Venise, ainsi que de nombreuses conférences en France et à l'étranger.

Il occupe également plusieurs postes dans des médias consacrés à l'urbanisme. Il a été éditeur de la revue *Urbanisme* (1994-2012), le producteur de l'émission radiophonique *Permis de construire* (1996-2000) puis de *Côté ville* sur France Culture et est actuellement membre du comité de rédaction des revues *Esprit*, *Hermès*, *Diversité*, *Millepiani* (Milan), la *Revue du MAUSS* et *Books* : autant dire qu'il est difficile de parler d'urbanisme sans en avoir ne serait-ce qu'une fois entendu parler tant il est prolifique. C'est en 2009 qu'il publie aux éditions La découverte *Espace public*, le livre qui nous intéresse ici. Nous allons tâcher de le décortiquer afin de mieux en comprendre les tenants et les aboutissants.

QUELQUES-UNS DE SES OUVRAGES RÉCENTS AUTOUR DE L'ESPACE URBAIN

- + ***Désastres urbains. Les villes meurent aussi.***
La Découverte, 2015.
- + ***La Folie des hauteurs. Critique du gratte-ciel.***
Bourin, 2008.
- + ***Au bonheur des titres.***
Infolio, 2015.
- + ***Le Paysage.***
La Découverte, collection « Repères », 2016.
- + ***Flâner à Paris. Petite anthologie littéraire du XIX^{ème} siècle.***
Infolio, 2016.
- + ***Un philosophe en ville.***
Infolio, 2011.
- + ***Repenser l'urbanisme.***
Infolio, 2013.
- + ***Dicorue. Vocabulaire ordinaire et extraordinaire des lieux urbains.***
CNRS éditions, 2017.
- + ***Ghettos de riches. Tour du monde des enclaves résidentielles sécurisées.***
Perrin, 2009.
- + ***Un philosophe en ville. Introduction à la philosophie de l'urbain.***
Infolio, Gollion (Suisse), 2016.
- + ***Des corps urbains.***
Autrement, 2006.
- + ***Conversations sur la ville et l'urbain.***
In-Folio, 2008.

INTRODUCTION DE L'OUVRAGE

01

Au tout début de l'ouvrage, Thierry Paquot met un point d'honneur à bien différencier «l'(es) espace(s) public(s)» de la notion «d'Espace public». En se référant aux travaux de Jürgen Habermas, il explique que l'espace public ne comprend pas de limites géographiques ou territoriales. En effet, il désigne la sphère du débat politique, c'est à dire qu'il permet la publication, l'expression des opinions privées, participant ainsi à la vie commune au sein d'une société. C'est une pratique démocratique primordiale à la circulation et donc à la diversification des différents points de vue. En revanche, dans nos sociétés occidentales et donc ici en France, les espaces publics correspondent au réseau viaire. Ce terme caractérise toutes les voies de circulation ouvertes au public. Les espaces publics ont donc une dimension physique. Ils sont localisables et délimitables dans un espace. Depuis peu, la définition s'est étendue à des lieux privés comme les centres commerciaux et les galeries marchandes mais ces lieux doivent toutefois rester accessibles et gratuits pour demeurer dans ce champs. Bien que ces deux terminologies soient fondamentalement différentes, elles ont en communs d'aborder une même notion: la communication¹. On trouve dans les deux cas l'idée de partage, de circulation mais surtout d'échange. Il dresse ensuite un rapide exemple de l'évolution des dispositifs de «communication»; des chemins au voies romaines, des crieurs de rue au espace Decaux, de la presse de Gutenberg aux média de masse² (presse, radio, télévision,...) en démontrant qu'au fil du temps, le traitement de l'information s'est homogénéisé avec la standardisation des messages véhiculés.

1. Le verbe communiquer viens du latin *communicare* qui veut dire mettre en commun, faire part de, partager. Il est dérivé de *communis* qui veut dire commun. La communication est l'action de communiquer, de transmettre des informations ou des connaissances à quelqu'un, ou, s'il y a échange, de les mettre en commun (Exemple : le dialogue/un langage codifié, qu'il soit verbale (accents, expression,...)/visuel (Mimiques, gestuelles, style vestimentaire, ...)/... On peut noter que ce dernier peut être intentionnel ou non).

2. Par communication de masse, on entend l'ensemble des techniques contemporaines qui permettent à un acteur social de s'adresser à un public extrêmement nombreux. À partir de 1930 environ, la communication de masse est apparue comme un problème social. Jusqu'alors, seul le rôle de la presse écrite, essentiellement conçue comme un moyen d'information, et principalement d'information politique, avait fortement attiré l'attention. Mais, au cours des années trente, le cinéma parlant se développe ; la radio, la presse quotidienne et les magazines adoptent de nouvelles formules, fondées d'abord sur la recherche d'un contact aussi direct que possible avec la masse du public ; en même temps, on travaille à la mise au point de la télévision. D'où un très vif intérêt pour les mass média, et surtout pour leur éventuelle efficacité dans des domaines tels que la propagande politique, la publicité, ou même l'éducation. D'où également, en particulier dans les milieux intellectuels, une vive crainte de l'emprise qu'ils pourraient avoir sur la population et de ses conséquences sociales et culturelles.

De nos jours, ce phénomène est facilité par la pression qu'exerce des facteurs économiques sur le secteur médiatique mais aussi par la confusion entre les supports médiatiques et la publicité. En conséquence cela a pour conséquence d'impacter directement le « récepteur » passif du message (qu'il y adhère ou qu'il y soit indifférent) en le rendant passif. La dynamique d'échange est donc biaisée. C'est en partie pourquoi on constate l'émergence de médias alternatifs (pour la majeure partie indépendante (c'est à dire qui ne sont soumis à aucun contrôle qu'il soit économique et/ou politique de la part d'une institution ou d'un lobbie quel qu'il soit) qui visent à diffuser des opinions contestataires ou tout du moins différents que ceux véhiculés par les médias de masse qui tendent à produire une pensée unique. La diversification des médias, notamment avec l'arrivée d'internet, permet de nuancer la façon dont une information, un message est reçus.

En effet, en multipliant les points de vue, en entendant plusieurs discours (qui peuvent d'ailleurs être en total désaccord les uns avec les autres) le receveur peut se forger un esprit critique et sortir d'une interprétation unique imposée par une majorité. L'utilisateur évolue dans une communication pluridimensionnelle, une communication à deux étages³. Dans un premier temps, un message est soumis au receveur qui va donc l'évaluer et l'interpréter via différents paramètres (qu'ils soient culturels, politiques, géographiques (situationnels), temporel...). (On peut d'ailleurs noter que c'est au moment où le message est décodé par l'individu qu'il est susceptible de subir un phénomène de bruit, une déformation des sens par des éléments parasites). Puis, dans un second temps, il va lui-même influencer ou être influencé par des discours, des opinions, des messages extérieurs (une personne influente, un orateur dans l'entourage proche ou éloigné qui sert de « relais d'opinion au message par exemple). Si dans la première partie, il est plus facile de conserver un recul critique sur le message. Dans le second cas, le receveur est plus influençable car il va créer un lien physique et psychologique avec celui qui lui dispense le message (ils se parlent et essaient de se comprendre). Ces espaces de communication se mélangent et brouillent ainsi les limites entre privé et public.

3. La théorie de la communication à double étage a été développée par Paul Lazarsfeld et Elihu Katz dans le livre *Influence personnelle* paru en 1955. Dans cet ouvrage, ils décrivent les individus comme peu perméables aux messages des médias, du moins de façon directe. En prenant l'exemple des élections qui se déroulent à cette période, il avance que les électeurs choisissent de voter pour un candidat donné essentiellement en fonction de leur entourage. Parmi leurs proches, certains sont plus influents : ce sont des « leaders d'opinion » (aussi appelés « relais d'opinion » ou « guides d'opinion »). Ces personnes sont justement les plus exposées aux médias, ce sont donc en grande partie eux qui filtrent, interprètent et transmettent les informations à leurs pairs. Ils répercutent celles qui sont conformes aux opinions dominantes du groupe auquel ils appartiennent, et rejettent, discréditent, ou réinterprètent celles qui sont déviantes. L'influence des médias sur l'ensemble de la population se fait donc en deux temps. D'abord le message délivré par les médias, ou un média en particulier, est reçu et plus ou moins assimilé par un leader d'opinion et ensuite, celui-ci fait partager son choix de vote aux personnes qu'il connaît.

La communication n'est donc plus linéaire, elle ne respecte plus le schéma décrit par Harold D. Lasswell⁴, puisqu'elle induit des boucles de rétroaction (feedback). C'est la possibilité du récepteur de répondre à l'émetteur (concept issu des travaux de Norbert Wiener⁵). Le récepteur n'est plus passif mais devient actif, il devient à son tour émetteur : répondre au téléphone, entamer un dialogue, renvoyer un coupon réponse, remplir un formulaire sur un site web. Certaines dispositifs communicationnels ne permettent pas le feedback. En ce cas, le récepteur reste passif, ce qui peut tout bonnement entraîner la fin de la communication. Cependant, cette interactivité au sein de la communication requiert une plus grande attention encore aux mécaniques qui transforment l'information, la déforme ou la parasite (la propagande ou la désinformation par exemple) mais aussi à ce qui est introduit « clandestinement » dans le message, comme par exemple les stimulus publicitaires ou les messages subliminaux. Les espaces publics, partagés collectivement par des personnes privées, mettent donc un grand nombre de gens en contact, c'est un espace où « le soi éprouve l'altérité. »

4 . Harold Laswell est à l'origine de la modélisation de la communication de masse. Il conçoit la communication comme étant un processus d'influence et de persuasion, il dépasse ainsi la simple transmission du message. Selon lui, on peut décrire convenablement une action de communication en répondant aux 5 questions suivantes : (Qui, dit quoi, à qui, par quel Canal et avec quels Effets):

- Le « qui » correspond à l'étude sociologique du ou des milieux et organismes émetteurs.
- Le « dit quoi » se rapporte au contenu du message, à l'analyse de ce contenu; le « par quel média ou canal » caractérise l'ensemble des techniques utilisées pour diffuser l'information à un instant dans une société donnée.
- Le « à qui » vise l'auditoire, c'est-à-dire les publics récepteurs avec des analyses selon des variables (âge, sexe, ...).
- Le « avec quels effets » : qui concerne l'analyse et d'évaluation les influences du message sur l'auditoire.

La communication est envisagée comme un processus dynamique, avec une suite d'étapes ayant chacune leur spécificité et leur problématique. Il met l'accent sur la finalité et les effets de la communication. Notons toutefois que pour Lasswell le récepteur est toujours considéré comme passif, ce qui dans la réalité est inexact, car il existe en général interaction entre l'émetteur et le récepteur.

5 . Wiener : (1894 – 1964) mathématicien américain, théoricien et chercheur en mathématiques appliquées. Il est considéré comme le père fondateur de la science générale des systèmes mieux connue sous l'appellation de cybernétique qu'il définit dans son ouvrage « Cybernetics or control and communication in the animal and the machine » (1948). L'approche cybernétique d'un « système » consiste en une analyse globale des éléments en présence et surtout de leurs interactions. Les éléments d'un système sont en interaction réciproque. L'action d'un élément sur un autre entraîne en retour une réponse (rétroaction ou « feedback ») du second élément vers le premier. On dit alors que ces deux éléments sont reliés par une boucle de feedback (ou boucle de rétroaction).

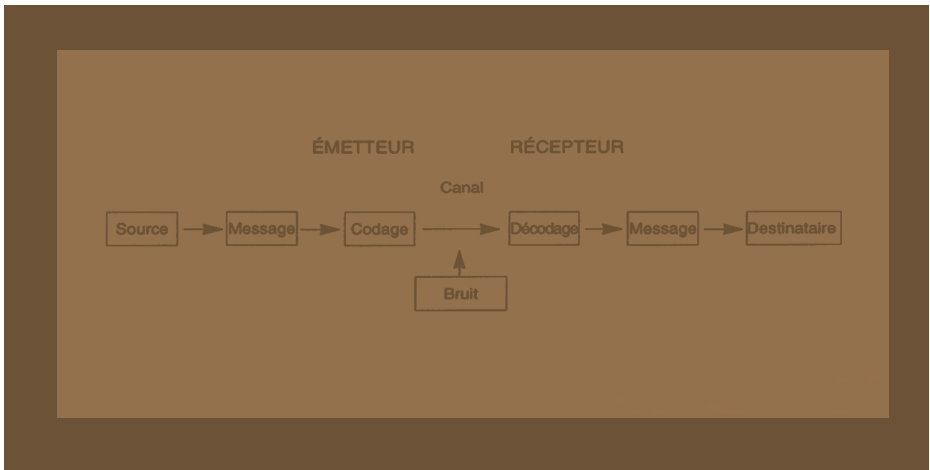


Schéma de communication d'harold Laswell

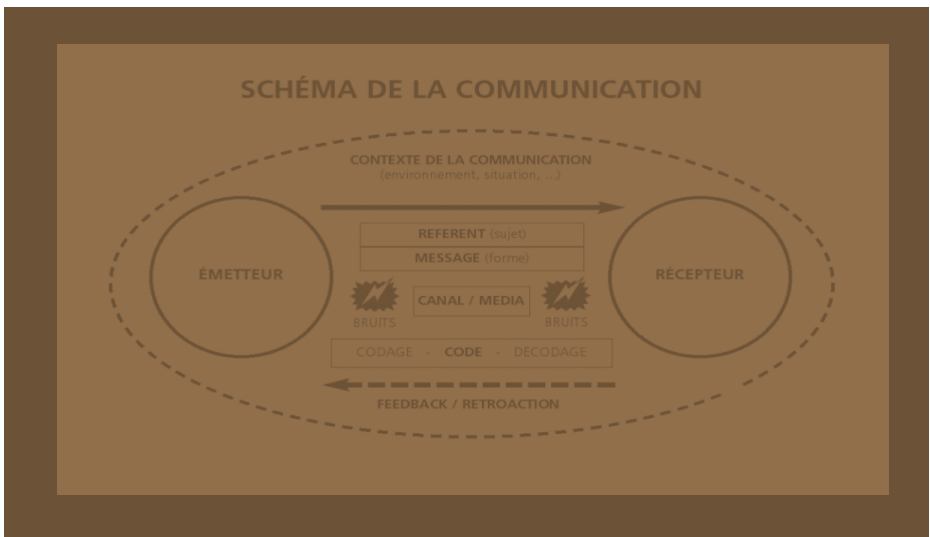


Schéma de Riley Riley: Dans le modèle de communication ci-dessus, les auteurs considèrent qu'un individu appartient à des groupes. Le communicateur (émetteur) et le récepteur sont donc intégrés dans des groupes primaires sociologiques tels que la famille ou un autre groupe social restreint (groupe d'amis par ex.). De ce fait, ces groupes ont une influence sur leurs membres tant dans leur façon de voir, que de penser ou de juger. Par cette précision, ils introduisent la notion de contexte (environnement) dans lequel se déroule la communication – et d'appartenance à un groupe. De plus, ils émettent l'idée que le récepteur peut aussi communiquer avec l'émetteur par le biais d'une "boucle de rétroaction"

L'ESPACE PUBLIC OU LA FABRIQUE DES OPINIONS

Dans cette seconde partie, Thierry Paquot nous introduit plus en profondeur à la pensée d'Habermas et tout particulièrement aux idées qu'il développe dans son ouvrage paru en 1962 et intitulé: *L'Espace public, archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Il nous explique donc que jusqu'au XVIIIe siècle, les rues, les salons, les loges maçonniques, les académies, les sociétés savantes, les regroupements philanthropiques, les clubs, les cafés, les journaux permettaient donc aux opinions privées de devenir public (ce que l'on appelle la publicité des opinions privé donc). Le « règne de l'opinion publique » apparaissait comme la remise en question, et la non-soumission face à un pouvoir absolu. Il incarnait la recherche citoyenne de la vérité, de la raison et de la justice. Tout ceci passant notamment par la liberté de la presse.

Selon Habermas, la sphère publique acquiert son sens, son utilité, avec la séparation de l'état et de la société civile, à condition toutefois qu'il se contente d'arbitrer. Cependant, celui-ci intervient dans le domaine économique, ce qui perturbe les marchés, et de fait les intérêts particuliers. Le déclin de la sphère publique littéraire (cafés, salons, etc.), qui fabriquait auparavant l'opinion publique, engendre une culture faite par les médias publics. Ceux-ci, alors régis par la réclame, ne permettent plus aux tout venant d'assurer la publicité des opinions privés et réservant ceci aux privilégiés, servant du même coup leurs intérêts. Pour cause, au XVIIIe siècle, la presse devient dépendante de la réclame, ce qui va amorcer un changement drastique dans la pluralité et la liberté d'opinion au sein de ce milieu (impactant du même coup ceux qui la lise).

Tout commence par un changement au sein de la sphère économique qui est alors dirigé par une bourgeoisie au pouvoir naissant. Si précédemment, on parlait d'une économie de « maître de maison », on parle dès lors d'une « économie commerciale ». On ne se contente plus de gérer au mieux la fortune « familiale » mais de contrôler les marchés, d'innover, d'accroître les richesses, de vaincre toute concurrence... C'est pourquoi, le journalisme de masse ne véhicule plus la pluralité d'opinion qu'apportait l'espace public mais pousse à la consommation. De plus, on distingue alors deux processus distinct au sein de l'espace public politique : d'une part une communication légitime de la part des acteurs politiques, et d'autre part une utilisation des médias pour manipuler les « masses ».

Habermas démontre dans sa thèse la construction d'une «nouvelle sphère publique» qui accepte l'hégémonie d'une publicité manipulatrice et non plus principalement informative. Tout est soumis à une logique de commercialisation, y compris celle des idées et des principes. Il s'établit un propos propagandaire que les médias travestissent en « informations » ou en « publicité ». Cette transformation économique de la presse a pour conséquence de dépolitiser le citoyen. En effet, le public en devenant consommateur, perd sa capacité critique et devient spectateur passif (dans le sens où il ne participe plus à la réflexion collective du devenir de leur Cité. Comme le dit T. Paquot, « la vision d'Habermas d'un public massifié sans capacité à s'opposer à son aliénation et finalement ravi d'être infantilisé...» ne le satisfait plus. En effet, il considère que le public peut tout à fait être critique, différencié et disposant d'une capacité de résistance face à ce dictat de penser.

LES JOURNAUX, LES SALONS, LES CAFÉS

03

Qu'elle soit officielle, clandestine ou tolérée, la presse a participé à l'urbanisation des mœurs. En effet, le journal, devenu un produit de masse à la fin du XVIIIe siècle (en raison d'améliorations notables et d'une baisse des coûts de fabrication...) a eu pour effet de construire progressivement tout un univers de valeurs urbaines dans l'inconscient collectif. Selon Robert Ezra Park¹, la presse (avec des initiatives comme le journalisme d'investigation) fait la médiation entre le nouvel arrivant et la société dans laquelle il aspire être intégré. En effet, elle permet de lui fournir les codes, le langage, et la culture bien que cela ait un effet pernicieux et que certain n'hésite pas à utiliser afin de manipuler l'opinion public. En Europe, avec l'exode rural, la presse contribue à la « modernisation du pays », voire à son « américanisation » (centres commerciaux, autoroutes, l'utilisation du français...).

On entre dans une urbanité diffuse, comprenant plusieurs centres, avec un territoire vaste et englobant. Richard Sennett, en se basant sur les travaux d'Hannah Arendt, s'interroge sur les rôles que les lieux qu'on dirait « public » aujourd'hui jouent dans les échanges entre individus et comment ses derniers peuvent être vecteur d'en commun. « L'en commun est vu comme ce qui engage chacun vis-à-vis de l'autre, sans jamais se le subordonner. ». Il considère la ville comme le lieu privilégié de cet « en commun », car elle se présente comme « un milieu humain dans lequel des inconnus se rencontrent ». Les salons (et autres cafés, qui feront leur apparition plus tardivement au XIXe siècle), au même titre que la presse portent en eux des moyens d'action sur l'opinion public. Ce sont des lieux de rencontre qui facilitent la mise en relation de personnes issues d'horizons différents; ce qui permet de faire émerger voir d'énoncer des idées nouvelles. Entre la fin du XVIIIe et le début XIXe siècle, ils favorisent donc l'expression de points de vues aussi pluriel que contradictoires. Le café délimite finalement un espace démocratique permettant de réintroduire une forme de débat et de sens critique au sein de la sphère public.

1. En 1925, Park publie une synthèse de ses recherches urbaines menées avec Ernest Burgess. Les deux chercheurs considèrent la ville comme un « laboratoire de recherche sur le comportement collectif ». Elle est une sorte d'organisme vivant dont les espaces se différencient selon l'intensité des luttes entre les groupes qui y habitent et en fonction de la vigueur de la socialisation des individus déracinés qui s'y établissent. La ville est donc soumise à des forces contradictoires, lui donnant l'aspect d'une mosaïque de milieux et de micro-sociétés en perpétuel ajustement.

Au XIXe siècle, les cafés accueillent de nombreux changements décisifs. Ils semblent devenir une sorte de prolongement de l'habitat individuel, comme s'ils étaient un entre-deux, reliant la sphère publique et la sphère privée.

Dans cette lancée, ils acquièrent peu à peu un rôle social, politique et culturel, puisqu'ils sont ouverts à tout le monde. Par son potentiel à accueillir des réunions à caractère public, le café permet un accroissement ainsi qu'une diversification des débats publics et des actions qui en découlent (artistiques, sportives, politiques,...). Aujourd'hui, la hausse des prix des consommations fait en sorte que les gens se rejoignent ailleurs. Les cafés ne sont donc plus le théâtre de la sociabilisation, de la mixité sociale et générationnelle. Ils se spécialisent en déterminant des cibles, ce qui rend la clientèle de plus en plus homogène. Les débats d'idées et autres rêves de société se sont donc déportés vers d'autres lieux, souvent plus alternatifs et dont le libre accès et la gratuité en ont fait le succès. Et parmi tout ces lieux, il y en a un que nous connaissons déjà très bien: internet.

PRIVÉ ET PUBLIC, DES MOTS À PARENTÉ VARIABLE

04

Dans la troisième partie du livre, Thierry Paquot nous dispense une analyse géographique et anthropologique du domaine privé et du domaine public. En prenant des exemples précis et en les confrontant (Grèce antique et Rome, Europe du Moyen-âge et Europe à l'époque des Lumières, du Japon au pays arabes ...), l'auteur montre que le sens des termes public, privé mais aussi d'intimité, de commun ou encore de collectif se modifient profondément en fonction des cultures, des époques, des âges et des sexes. En effet, tout cela à un impacte direct sur les relations entre les individus et leur usages de la ville. Il cite l'exemple, de la «maisonnée» de la Grèce antique qui forme une unité sociale qui fait donc résonner du public avec du privé en ouvrant l'un et l'autre aux esclaves et aux domestiques, à la famille, la famille moins proche et les amis. Les différentes pièces étaient hiérarchisées et la structure globale agencé de sorte à ce que les pièces au degré d'intimité le plus élevé soit accessible après toutes les autres. Cela est d'ailleurs bien plus prononcé dans la société romaine qui cultivait un goût du spectacle, de l'architecture monumentale, de la parade et d'afficher publiquement ce qui jusqu'ici (dans d'autres sociétés) demeurait privé. Par exemple, en portant telle toge, coupé de telle façon, dans tel tissu, permettait à celui qui la portait d'indiquer son rang, sa richesse, son poids politique, militaire ou religieux ... Par ces exemples, il tient à montrer à quel point deux domaines s'entremêlent, s'associent sans jamais vraiment s'opposer.

Au Moyen-âge, au sein de la société bourgeoise ou de la maison de l'artisan, les apprentis et le maître ainsi que les domestiques et la famille cohabitaient ensemble, sans compter les hôtes de passage. Le domicile constituait alors une extension de la rue qui mêlait public et privé sans différenciation. L'auteur explique que cette période historique se caractérise par deux dynamiques décisives dans l'élaboration de la distinction privé/public. Nous assistons d'un côté à l'émergence des « États Nation¹ » et de l'autre, à l'affirmation de l'individu (l'existence de l'autre en tant qu'entité respectable). Selon Norbert Elias, on voit émerger au cours des siècles (du IIIe au XIXe) un «processus de civilisation» qui serait «d'avantage une progression qu'un progrès, une transformation des mœurs et non pas dans un rapport de civilisé et non-civilisé.» Ce sont notamment l'émergence du respect de l'autre, des bonnes manières, de contrôle de soi et « l'adoption d'un code social » qui illustrent le processus sous-jacent de la montée de

1. On appelle «État-nation» un Etat qui coïncide avec une nation établie sur un territoire délimité et définie en fonction d'une identité commune de la population qui lui confère sa légitimité. C'est un concept politique qui est la rencontre d'une notion d'ordre politique et juridique (l'État) et d'une notion d'ordre identitaire (la nation). Il se caractérise par une autorité fondée sur une souveraineté émanant de citoyens qui forment une communauté à la fois politique et culturelle (ou ethnique).

l'individu dans la société. Selon ce dernier, les sphères d'influence, d'une part de la « sociogenèse de l'État », et d'autre part de la « psychogenèse de l'individu² » apparaissant entre le XIIIe et le XVIIIe siècle, créent la démarcation entre ce qui devient le public et le privé... C'est lorsque la vie privée s'affirme, que l'espace public, tel qu'il est pensé par Habermas décline et s'estompe. « Avec la modernité (environ de la moitié du XIXe siècle à nos jours), le « privé » ne se préoccupe que de l'individu (même si cela évolue de façon discontinue et inégale selon les classes sociales et la taille des villes).» Durant cette période, le travail ne s'effectue plus au domicile, mais s'externalise, ce qui accentue la séparation entre le logement (sphère privée) et le lieu de travail (sphère publique). Les outils tels que le portable ou le site internet permettent à l'individu de s'ouvrir au public. « Cet être « privé » qui décide de son « public » n'atteint pas le bonheur pour autant : l'isolement, la déliaison sociale, les contraintes des normes, le poids des convenances le déstabilisent et il aspire à concilier privé et public, car il sait, au fond de lui, qu'il est avant tout un « être relationnel », pour reprendre une expression de George Simmel.» Selon ce dernier, les relations sociales entre individus sont indispensables à l'affirmation de soi, de quelque manière qu'elles soient.

Dans le monde arabe comme au Japon, la dualité public / privé a une histoire très différente qu'en occident. Cependant, la mondialisation a pour effet d'homogénéiser et d'uniformiser les modes de vie, bien que ces « manières d'être » soient spatialisées, et restent tributaires de toute la culture qui les conditionne et donc de la langue qui les nomme. À partir de 1980, ils emploient au Japon le terme de « glocal³ », contraction de « globalisation » et « localisation ». Ceci marque l'ouverture à un espace public planétaire en cours de constitution pour ouvrir les frontières au « biens communs » (eau, paix, urbanisme...), tout en conservant la dimension locale. Les distinctions entre public et privé n'ont donc pas toujours existé et c'est lorsqu'elles se parasitent qu'elles conquièrent une réelle portée. Elles conditionnent d'autres notions, telles que la « proxémie » (terme inventé par E. Hall), qui est la distance sociale et physique, montrant que notre façon d'occuper l'espace en présence d'autrui est un des marqueurs de l'identité. Ces notions se rapportent aux différents degrés d'intimité ou de publicité des pratiques sociales (repas, sexualité...) ou culturelles (confession, prière...). Thierry Paquot résume cette étude en énonçant que plus l'individualité s'affirme, plus la distinction privé / public lui paraît essentielle, mais celle-ci fluctue au gré des intentions de l'individu.

2. La psychogenèse correspond à l'édification du psychisme au cours de la vie. C'est ce que l'on nomme une « épigenèse » par opposition à la « phylogénèse » mettant en jeu l'hérédité. Ici l'impact de l'environnement (familial, social et culturel), et donc de l'éducation, est déterminant. L'idée d'une genèse et d'une évolution du psychisme tout au long de l'enfance est un élément essentiel du système explicatif de la psychopathologie dynamique (psychanalytique).

3. La Glocalisation, traduction du néologisme anglais formé par le mot-valise « Globalisation » + « localisation », est l'adaptation spécifique d'un produit ou d'un service à chacun des lieux où il est vendu/dispensé, ou à chacune des cultures à laquelle il s'adresse.

DE LA VOIRIE AUX ESPACES PUBLICS

05

L'évolution de la relation entre public/privé au sein de nos sociétés participe inévitablement à façonner l'espace public, à impacter les formes que prennent les espaces publics. L'auteur nous expose alors ce qui selon lui constitue l'origine et l'importance (variable) de la rue au cours de l'histoire. Il décrit les structures urbaines de Rome et de la Grèce antique ainsi que l'évolution de la voirie, de la ville du contact du Moyen-âge à la ville actuelle du mouvement et de la fluidité en passant par la ville-spectacle de la renaissance. À travers une analyse synthétique de l'évolution de la théorie urbanistique, l'auteur démontre que les espaces publics actuels découlent d'un long processus de transformation et d'évolution du rapport à la rue, de l'affirmation d'un domaine privé et de l'émergence d'une part à la « bonne circulation » et à la salubrité avec Haussmann, puis à l'esthétique dans l'aménagement.

L'auteur relève que la notion d'« espaces publics » fait débat, du moins pose des difficultés à s'entendre sur sa définition. Denise Pumain, Paquot et Richard Kleinshlager, dans le *Dictionnaire de la ville et l'urbain*, tentent d'aborder ce thème en réunissant tant la philosophie que l'urbanisme et la sociologie. Le terme de « lieu public » serait peut-être plus juste pour qualifier ce que les urbanistes nomment « espaces publics », et conserver ce dernier terme que pour la formulation, la diffusion, la réception, la discussion des opinions privées. Le sociologue Jean Rémy parle de l'existence de « nouveaux lieux urbains », et que la rue, dans laquelle la sociabilité est possible mais non imposée, appartient à la ville, et non à l'urbain diffus, où pourtant réside une grande partie de la population urbaine. Isabelle Billiard, en 1977, constate que « l'espace public se polarise autour de lieux publics, mais clos, destinés à des citoyens usagers, dont les architectures spécifiques (les écoles, les mairies, les postes...) constituent une nouvelle emblématique nationale. » Il faut donc selon elle comprendre l'espace public comme un tout, une globalité : cette notion « n'autorise plus à trancher entre réseaux techniques et réseau relationnel, entre qualification sociale et qualification spatiale. » Ce sont les pratiques, les usages et les représentations qu'assure un terrain qui en décide sa destination, pas le seul régime juridique de la propriété d'un sol (ex : la rue d'une l'enclave résidentielle n'est pas un espace public).

USAGES ET PRATIQUES DE L'ESPACE PUBLIC

Thierry Paquot propose un état des lieux des usages et pratiques actuels des espaces publics. Cela lui permet de suggérer des pistes pour créer une nouvelle urbanité, tout en mettant en garde contre certaines dérives vers lesquelles il serait facilement possible de glisser. Si il y a bien quelque-chose à un lieu sa dimension social et public c'est bien l'activité qui y est pratiquée par un ensemble d'individus (qu'ils soient isolés ou en groupes à un instant T. Ces lieux publics peuvent être divers (une école, un sentier de randonnée, un centre commercial, ... Ces espaces publics doivent faire l'objet d'une théorisation afin de mieux discerner ce qui les empêchent d'épouser la notion d'espace public et ce qui toutefois les en rapproche. En effet, le dénominateur commun de ces deux termes est qu'ils engagent tout deux la notion de liaison, de communication. Cependant, les lieux dit « communs » deviennent de plus en plus rares en raison de la privatisation de nombreuses espaces comme les rues et places. De plus, leurs accès tendent à être réglementés jusqu'à aller parfois à le rendre payant. On touche d'ailleurs là un des points fondamental de l'espace public: celui ci doit être gratuit. De même, le contrôle de l'information réduit considérablement la part du public dans cette opinion de plus en plus formatée. La ville, qui joue encore son rôle de lieu de rencontres (mais aussi d'évitements), perd graduellement un grande partie ses manifestations qui étaient propices à la cohésion sociale et culturelle.

Le milieu urbain croit sans se préoccuper d'une quelconque cohérence territoriale. Selon l'auteur, les « centres anciens se changent en temple de la consommation. La ville devient en quelque sorte un immense parc d'attraction, une ville fantasmé vue sur internet ou dans les guides touristique. Elle se standardise, se normalise, pour répondre à l'attente du tourisme urbain en développement. » Pourtant, certaines pratiques créatrice (comme les spectacles de rue), derniers bastions de l'en commun, continue de faire émerger l'émerveillement et la surprise dans nos parcours quotidien. La ville est un territoire à la fois personnel et collectif, privé et public, un morceau de chez soi et un monde où se façonne un univers réel et mental provisoire. Dans ces lieux urbains, il s'agit de prendre place, de s'ouvrir à de possibles rencontres. Il est recommandé aux professionnels de les ménager, c'est à dire de prendre soin des lieux, des gens et des choses, en fonction du corps urbain, de la variété des usages, du jour et de la nuit.

Si ils prenaient d'avantage ces pratiques en compte, les aménagements seraient certainement moins standardisés ou inhospitaliers. Edward. T. Hall en 1971 et William. H. Whyte en 1988 ont mené des recherches en psychologie de la perception engageant une réflexion sur les relations entre environnement et comportement. Il en est ressorti un design social articulé à un design participatif contrant l'architecture coercitive et ses effets désocialisant (transformation d'une salle d'attente pour plus de sociabilité, de regroupement, de conversation ...). T. Paquot ajoute qu'« il est difficile d'être exhaustif sur les manières de pratiquer la ville, instituer de la ville : les migrations, les exils, influencent les villes, avec toujours des spécificités locales. »

EN CONCLUSION

Thierry Paquot explique qu' à l'heure des nouvelles technologies, nous voyons apparaître une nouvelle forme d'espace public impossible ou difficile à spatialiser mais qui est cependant enraciné dans une temporalité. «C'est le temps qui assure désormais la qualité public de cette espace de démocratie virtuelle.» Ce nouvel espace public ne va sans doute pas supplanter l'ancien, mais son caractère instantané inquiète, oblige et a déjà obligé par le passé à fixer des gardes fou, des règles. Si on peut se complaire dans l'anonymat qu'offre ces nouveaux espace d'échange, peut-on toujours parler d'espace politique dès lors que le privé n'interpénètre plus la sphère du public. Les villes aussi ont changés, elles se sont étendues territorialement mais ont aussi fait proliférer une façons de vivre, d'user de l'espace urbain. Si bien qu'on vit l'entre-deux ville comme à la ville, où on se rend pour en consommer l'apparence plus que l'esprit. Il considère que la révolution technologique de l'information a participé à la déréalisation du monde. Désormais, ce que nous percevons, ressentons, représentons n'échappe plus à cette nouvelle grille de lecture imposé par les NTIC (Les nouvelles technologies de l'information et de la communication). En cela, nous, les homo-urbanus sommes partagés entre l'instantanéité si chère à la modernité et l'éternité, les préoccupation du corps et des sens. Enfin, il conclut qu'affin de conserver la vie sociale de la rue, la flânerie ainsi que ses surprises, l'auteur recommande à ceux qui peuple ce monde de le ménager s'il souhaite l'aménager, en tenant compte des identités, des usages, des sensations des autre citoyens ainsi que de l'esthétique et de la temporalité des lieux.

POLICE DE CARACTÈRES

Big noodle titling - James Arbogast

Calibri - Lucas de Groot

IMPRIMÉ EN FÉVRIER 2018

Imprimerie - Hyper Copy Marseille

