

*Quand l'outil de communication devient
espace de dialogue*

L'ESPACE

PUBLIC



L'ESPACE

PUBLIC

MÉMOIRE DE RECHERCHE EN DESIGN
DSAA DESIGN MENTION GRAPHISME
2017- 2018
LISA GUILLERMIN
LYCÉE DENIS DIDEROT, MARSEILLE

Légende

Notes ⁽⁰⁰⁾	Se reporter en fin de parties
Images	Se reporter en fin de sous-parties
Lexique	Se reporter à la fin de l'ouvrage
Mots	Termes importants (ou règles)

Table des matières

<i>Synthèse</i>	<i>1</i>
<i>Fiche de lecture</i>	<i>103</i>
<i>Arts, techniques & civilisations</i>	<i>129</i>
<i>Entretien</i>	<i>165</i>
<i>Rapport de stage</i>	<i>191</i>
<i>Fiche technique</i>	<i>229</i>
<i>Annexes</i>	<i>277</i>

SYNTHÈSE

*Quand l'outil de communication
se veut espace de dialogue*

SYNTHÈSE

Introduction	5
I - LES ENJEUX DE L'ESPACE PUBLIC	7
1/Une définition complexe	9
2/Internet, un nouvel espace public ?	13
3/Un espace de rencontre	19
II - QU'EST-CE QUI LE MENACE ?	29
1/Un espace fragmenté et excluant	31
2/Une société spectaculaire	41
3/Perte de sens dans un système représentatif	55
III - LA RÉAPPROPRIATION DE L'ESPACE PUBLIC	67
1/Un design social	69
2/Un design organique	77
3/Une réappropriation de l'espace public	85
Conclusion	99

Introduction

« Vivre, c'est passer d'un espace à un autre, en essayant le plus possible de ne pas se cogner. »

Georges Perec, *Espèces d'espaces* (1974).

George Perec interroge ce sentiment d'évidence que l'on a de vivre dans un espace. Aujourd'hui, le temps s'accélère, et l'espace semble ne contenir plus que la structure nécessaire à notre passage.

Mais ce sentiment d'évidence ne dure pas, et nous y sommes perpétuellement confrontés. L'espace public apparaît comme étant le lieu de cette confrontation,

l'espace dans lequel rentre en contact des pratiques et des usages pluriels.

Mais il ne semble aujourd'hui plus organiquement lié à l'humain. Comment alors se le réapproprier ?

Comment, par les outils dont dispose le graphiste, recréer une véritable **communication**, afin de proposer un espace de dialogue ?

Nous verrons dans cette étude le rôle de l'espace public, pris dans toute sa complexité et les multiples dimensions qu'il recouvre. Son appropriation semble inhérente pour l'émancipation collective, mais nous verrons que de nombreuses menaces pèsent sur lui. Il tend à être fragmenté et excluant, mais apparaît également comme le théâtre d'une société spectaculaire, dont la perte de sens dans un système représentatif mène à l'**aliénation**. Enfin, nous verrons en quoi le graphisme peut accompagner une réappropriation collective de cet espace. Ceci se traduit par un design sociale visant à soutenir une **démocratie** participative pour *habiter* la ville, mais également via un design **organique**, pour des arts appliqués à la vie. Enfin, nous verrons que la réappropriation de l'espace public passe aussi par l'imaginaire et l'émerveillement.

I - LES ENJEUX DE L'ESPACE PUBLIC

1/Une définition complexe

L'espace public est un terme aujourd'hui régulièrement employé par différents acteurs dans diverses disciplines, et apparaît souvent comme une notion vague, dans laquelle chacun projette un regard subjectif, souvent au détriment de son véritable sens. Pour ma part, je vais me baser sur la, ou plutôt les définitions proposées par Thierry Paquot, exposées dans *L'Espace public*⁽¹⁾, définitions qu'il a développé en regard de l'œuvre de Jürgen Habermas, *L'Espace public, Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, énoncé pour la première fois en 1962.

À travers une analyse de la pensée habermassienne dont il extrait les idées essentielles, il retrace notamment les liens entre les activités de la société bourgeoise naissante du xvii^e siècle et l'essor de la communication dans l'espace public. En effet, le développement des moyens de communication - nécessaire au passage d'une « économie du maître de maison » à une « économie commerciale » engendrée par la bourgeoisie - participa à la formation d'un *public*. Ce terme, tout comme *publicité* et *opinion publique*, apparaît entre la fin du xvii^e et le xviii^e siècle à travers l'apparition des théâtres, la naissance de la presse ou l'expansion des cafés et salons. Ainsi, au sens habermassien, l'espace public est devenu au cours du xviii^e siècle un espace dans lequel se manifeste une certaine critique envers le pouvoir en place selon un processus « au cours duquel le public constitué s'approprie la sphère publique contrôlée par l'autorité et la transforme en une sphère où la critique s'exerce contre le pouvoir de l'État. »⁽²⁾ « Le médium de cette opposition entre la sphère publique et le pouvoir est original et sans précédent dans l'histoire : c'est l'usage public du raisonnement. »⁽³⁾ Par conséquent, apparaissent dans la ville des débats publics et politiques.

Thierry Paquot part donc du concept défini par Jürgen Habermas pour définir l'espace public comme lieu symbolique, c'est à dire sans limites géographiques ou territoriales, où se forme l'opinion publique. Il est issu du débat *politique* et de l'usage public de la raison. C'est une pratique démocratique formant une circulation de divers points de vue par la publicité des opinions privées. Au milieu de xviii^e siècle, la publicité est donc le fait d'être rendu public. Aujourd'hui, le terme public définit toujours ce qui relève du pouvoir politique, mais

il ne s'oppose plus à secret, c'est-à-dire contre l'État Monarchique qui affectionne le secret, l'arbitraire et la délation mais à privé. Cet espace public comprend notamment les salons, les cafés et les journaux. Ces espaces démocratiques permettent la confrontation des opinions privées que la publicité s'efforce de rendre publiques.⁽⁴⁾ Cependant, dès la première ligne de son ouvrage, il insiste sur le fait que « l'espace public est un singulier dont le pluriel - les espaces publics - ne lui correspond pas. »⁽⁵⁾ En effet, au pluriel, les espaces publics désignent les lieux physiques tels que les réseaux viaires, les voiries, ou encore les centres commerciaux, quel que soit leur statut juridique (public ou privé).

Ces deux notions, bien que très distinctes dans ce qu'elles représentent, comportent un enjeu commun : la *communication*. Au sens large, celle-ci signifie « être en relation avec », *communicare*.

Ceci sous-entend un échange quelconque de signes, peut-être même un déplacement, mais dans tout les cas elle assure un transport réel ou symbolique. La communication facilite la circulation indispensable au commerce, celui des sentiments, des idées et impressions, des marchandises, des capitaux et des gens. Pierre Larousse, dans le *Grand Dictionnaire Universel* (1869) constate que « la puissance d'un peuple, sa civilisation, son bien être social, le degré de liberté civile et politique dont il est susceptible se rattachent par des liens très étroits à l'état de ses voies de communication. »

Au cours de l'histoire, les voies de communication se sont manifestées par les chemins de fers et canaux puis est arrivée la presse écrite et le télégraphe, et enfin les *mass médias* consistant en une communication de masse via la presse, l'affichage, le cinéma, la radio puis internet.

2/ Internet, un nouvel espace public ?

Succédant aux cafés, devenus trop chers et ne permettant plus le libre échange des opinions privées par leur spécialisation, internet apparaît donc aujourd'hui comme un nouvel espace public, gratuit et illimité.

Ceci implique également un nouveau basculement entre la sphère publique et la sphère privé.

En effet, au travers de l'étude géo-anthropologique menée par Thierry Paquot, il apparaît que les notions de **public** et **privé** ont eu une histoire et une évolution variable selon les périodes et les cultures.⁽⁶⁾

C'est au travers de l'évolution des mœurs que se développe la frontière public/privé, fluctuante et poreuse. Dans son ouvrage, il montre que la modernité crée un brouillage de ces notions. Selon lui, c'est lorsque la vie privée se confirme, que l'espace public habermassien décline et s'estompe. « Avec la modernité (en gros des années 1840-1850 à nos jours), de façon discontinue et inégale selon les classes sociales et la taille des villes, le privé ne se préoccupe que de l'individu. »⁽⁷⁾ Durant cette période, le travail s'externalise, ce qui accentue la séparation entre le logement (sphère privée) et le lieu de travail (sphère publique). Les logements s'améliorent et se coupent progressivement du monde extérieur, s'isolent. Le quartier devient l'espace mi-privé/mi-public, comme un complément du logement. L'individu représente de plus en plus le privé, et les outils tels que son portable ou son site internet lui permettent de s'ouvrir au public.

Antonio Cassili, maître de conférence en *Digital Humanities* et chercheur en sociologie poursuit ce raisonnement, et développe le fait qu'internet vienne en effet de nouveau perturber la frontière existante entre public et privé, dont les enjeux se modifient, se déplacent et se redistribuent à l'intérieur des réseaux sociaux numériques, ou avec l'usage de plus en plus répandu de ceux-ci.⁽⁸⁾ Il ne faut donc pas considérer que les outils numériques remplacent les relations, mais s'ajoutent à elles pour constituer un réel. L'apparition « d'ordinateurs personnels de petite taille » fait rentrer la technologie dans l'espace privé du logement, au plus près des individus.

À partir des années deux-mille, avec la miniaturisation

croissante de ces machines, il y a une confrontation directe avec notre intimité. L'appartenance de ces outils au domaine privé ou public est constante et les informations partagées sur le *web* peuvent avoir une valeur à la fois confidentielle et collective. Ceci reproblématise la notion d'espace public telle qu'elle avait été développée notamment par Jürgen Habermas comme étant une sphère de conversation rationnelle dans laquelle on porte des opinions qui sont claires et déclarées et dans laquelle on est reconnaissable. Cette vision de l'espace public est aujourd'hui court-circuitée par des comportements favorisés par une immédiateté, une recherche constante d'*anonymité*, si ce n'est plutôt de *pseudonymité*, comprise comme la recherche de forme de présence voire d'identité alternative. Pour Thierry Paquot, par les nouveaux moyens de communication, la personne ouvre sa sphère privée au public de manière anonyme : « ce n'est pas la fin du politique, mais l'épuisement d'une certaine mise en scène de son existence. » Le dehors et le dedans, de même que proche et distant, ne recouvrent plus du tout les mêmes réalités.

Ceci fait que l'on reconfigure constamment cette idée habermassienne de la sphère publique et de l'espace public. Les nouveaux médias remettent donc en question l'essence même de ce que nous considérons comme un espace privé ou public. Ceux-ci peuvent être vus comme délimités par des conventions sociales, des normes établies orientant nos considérations par rapport à tel ou tel espace, souvent considérés comme privé ou public par rapport à quelqu'un, et étant tributaires d'une certaine régulation faite par chacun. Internet apparaît donc comme un espace où cette frontière

entre public et privé revient davantage à l'individu, qui est alors moins soumis à des normes sociétales ou morales. Les contextes sont donc redéfinis, et ce sont les usagers eux-même qui participent à cela. Ceci implique une *stratégicité*⁽⁹⁾ de nous-même. Il y a une manière plus ou moins explicitée et formalisée de montrer ce que l'on veut bien que les autres voient de nous. Ceci induit également un certain cautionnement de l'identité de la part des autres vis-à-vis de ce que l'on dévoile.

La stratégie, qui s'invite dans cette négociation public/privé sur internet, apparaît également hors *web*, mais de manière moins exacerbée. Les sujets politiques par exemple paraissent plus explicités sur la toile. Il y a un véritable apprentissage social et collectif qui se fait. L'espace public apparaît alors comme *déterritorialisé, a-spatialisé*, mais encré dans le temps. « C'est le temps qui désormais assure la qualité publique de cet espace de la démocratie virtuelle »⁽¹⁰⁾, selon Thierry Paquot.

On observe une continuité, un mélange, une hybridation entre la sphère privée vécue sur la toile et la sphère privée en dehors. Selon Antonio Casilli, le *feedback* de ce qu'il se passe sur les plates-formes de socialisation d'internet sur notre vie *présentielle*, c'est à dire la vie hors internet, devient de plus en plus difficile à défendre, d'un point de vue conceptuel. La distension entre réel et virtuel n'a plus vraiment lieu d'être faite. Pour Bernard Stiegler, « aujourd'hui, il est évident que l'utilisation des réseaux numériques est fondamentale parce qu'ils sont de nouveaux systèmes d'écriture et de publication. Nous vivons l'émergence d'une nouvelle *politeia* planétaire : nouveau temps, nouvel espace, qui se disent en

latin *respublica*, la chose publique ; en grec *politeia*. Un retour aux origines de la démocratie. »⁽¹¹⁾ Selon Thierry Paquot, cette cyberdémocratie accompagnera les débats politiques traditionnels *in situ*, ces deux pratiques étant amenées à cohabiter.

Des espaces doivent donc être modelés pour le déploiement favorable de l'*agir communicationnel*⁽¹²⁾ à inventer ; ce dernier se rapportant à la valorisation de la communication, qui serait la seule à même de produire un accord démocratique. L'espace public ainsi que les espaces publics occupent donc une place essentielle dans le fonctionnement de nos sociétés, rassemblés autour de la *communication*.

D'autre part, la diversification des médias avec internet permet d'échapper aux messages à interprétation unique, au prêt-à-penser imposé par les *communicateurs*. L'utilisateur n'évolue plus dans une communication linéaire avec émetteur-code-canal-message-recepteur comme on le supposait, mais dans une communication pluridimensionnelle⁽¹³⁾. La communication est donc évaluée par l'interlocuteur via différentes médiations, notamment la médiation culturelle.

Ces espaces de communication ouvrent donc un nouvel espace de confrontation des opinions privées, très riche, dans lesquels se mêlent et se brouillent les limites entre privé et public.

Cependant, un événement récent risque de nuire, à l'instar du café, à l'espace public d'internet. Les États-Unis, sous l'impulsion de Donald Trump, permettent désormais aux fournisseurs d'accès à internet de décider comment, à quel prix et à quelle vitesse des données transitent sur leurs réseaux. L'abrogation de la loi de neutralité d'accès

à internet a pour impact de discriminer le contenu externe, mais également de renforcer la dominance des géants, qui, eux, pourront négocier des accords avec les opérateurs.⁽¹⁴⁾ Si ceci est appliqué, internet ne véhiculera donc plus un espace public, son contenu devenant dès lors tributaire des entreprises privées, et sous le joug de ceux qui contrôlent la communication. Celle-ci ne sera alors plus démocratique.

L'époque contemporaine est donc subordonnée à cette question de l'espace public, qui apparaît comme étant une notion essentielle à la construction de l'opinion publique - et donc à la sphère du débat politique - mais qui semble perpétuellement sur la sellette, avec la nécessité de trouver de nouveaux espaces lorsque les précédents ont été démantelés.

Notre époque redessine également la place de l'individu dans la société, celui-ci devenant un « être privé qui décide de son public »⁽¹⁵⁾, notamment au travers des nouveaux médias et réseaux sociaux.

Cependant, il aspire à concilier privé et public, car il est avant tout un *être relationnel*.⁽¹⁶⁾ Selon Georg Simmel les relations sociales entre individus sont indispensables à l'affirmation de soi, de quelque manière qu'elles soient. La société n'est pas donnée, elle advient des relations entre deux individus et le refus d'un quelconque échange entre eux s'avère néanmoins être également une relation.⁽¹⁷⁾ Les espaces publics, partagés collectivement par des personnes privées, remplissent cette fonction sociale en mettant un grand nombre de gens en contact. C'est un espace d'altérité où « le soi éprouve l'autre ».

3/Un espace de rencontre

Il s'agit, selon Hannah Arendt, de réaliser de l'*en-commun*. L'en-commun est vu comme « ce qui engage chacun vis-à-vis de l'autre, sans jamais se le subordonner ». La politique fait selon elle exister l'agir en commun. Elle définit la politique, en se référant à la politique grecque, romaine et aristocratique, par le courage et la parole : la parole libre fait référence à celle qui peut exister dans l'espace public où une pluralité de citoyens peuvent échanger une multiplicité d'idées dans une confrontation libre (modèle de l'assemblée, l'ecclesia grecque)⁽¹⁸⁾.

Richard Sennett considère également la ville comme le lieu privilégié de cet en commun, car elle se présente comme « un milieu humain dans lequel des inconnus se rencontrent ». Ces rencontres, dans le cadre présentiel, créent des liens d'intensité relationnelle variable entre les individus, suivant ce que l'anthropologue américain Edward Hall définit comme la *proxémie*⁽¹⁹⁾. Celle-ci désigne « l'ensemble des observations et théories concernant l'usage que l'homme fait de l'espace en tant que produit culturel spécifique ».

Il démontre à quel point les individus « habitent des mondes sensoriels différents » que l'on sous-estime aussi bien dans les aménagements urbains que dans les réalisations architecturales. En examinant les liens que les humains entretiennent entre eux dans le cadre d'un « territoire » qui constitue leur monde, il fait ressortir que ceux-ci, selon leur culture, cherchent la bonne distance, tant sociale que personnelle, afin de protéger leur intimité tout en participant à la vie collective. Il en distingue quatre : intime, personnelle, sociale et publique. Ceci enrichi donc la compréhension du couple public/privé et facilite la mesure de l'intensité relationnelle entre individus, d'un point de vue tant corporel et sensoriel qu'institutionnel.

Selon Sennett, le rapport que l'on a avec les autres nous permet de développer notre personnalité. Les rapports sociaux doivent donc tenir compte de la psychologie interne de chacun. La *civilité* est pour Sennett la valeur sociétale principale pour chaque individu plongé dans la civilisation urbaine. Cette idéologie transforme les catégories politiques en catégories psychologiques. « Le masque est l'essence même de la civilité »⁽²⁰⁾. La subjectivité est mise de côté par le masque pour

pouvoir sociabiliser, sans que le « moi » pèse sur les autres (marque d'incivilité). « La ville devrait être un lieu où il est possible de s'unir aux autres sans tomber dans la compulsion de l'intimité »⁽²¹⁾. En outre, selon l'étymologie traditionnelle, « personne » vient du latin *persona*, terme lui-même dérivé du verbe *personare*, qui veut dire « résonner », « retentir », et désigne le masque de théâtre.⁽²²⁾ *Persona*, qui était le masque de scène, est devenu peu à peu le porteur de masque, l'acteur, puis le personnage joué par l'acteur, le rôle. Du théâtre, des choses du théâtre, il est passé aux choses de la vie, c'est-à-dire au rôle social joué par le personnage social. Charles Baudelaire traite de ce sujet, notamment dans *Le spleen de Paris* (1869). Ce dernier porte sur la foule, et le « goût du travestissement et du masque, la haine du domicile et la passion du voyage. » Les écrits de Balzac ou poèmes de Baudelaire apparaissent comme des marqueurs d'une vision sociale : par l'attitude corporelle, je révèle mon origine sociale et culturelle, et façonne en quelque sorte des archétypes tels que le concierge, le fumeur, l'étudiant etc. On soigne les apparences, et sortir de chez soi est synonyme d'entrer en scène. Le privé et le public se sont démarqués l'un de l'autre, acceptant tout de même une légère porosité. Les codes sociaux se généralisent. Bien que toujours existante, la modernité vue par Baudelaire est tourmentée, remodelée par les réseaux sociaux de toute nature. De l'image poétique, on est passé par l'image photographique et cinématographique (temps/espace) à numérique, qui autorisent les manipulations inventives. Pour Kenneth Burke⁽²³⁾, « les hommes incarnent des rôles », ce qui permet de les situer tant socialement qu'individuellement. Le professeur Yves Winkin⁽²⁴⁾ pense que l'inconscient pour Freud s'apparente au

social pour Goffman⁽²⁵⁾. Pour lui, les gestes disent quelque chose de la personne, que l'humain agisse, réagisse ou n'agisse pas, tout comme Freud conçoit le « non-dit », le « lapsus » ou le « mot d'esprit ». Pour Goffman, c'est l'image de soi qu'il s'agit de projeter à l'autre, désigné comme spectateur. Aujourd'hui, avec la révolution des nouvelles technologies de l'information et de la communication, il s'est créé une nouvelle grille de lecture de ce que nous percevons, ressentons, représentons, contribuant à la déréalisation du monde, et à l'instantanéité de nos faits et gestes.

Notes

- (1) Thierry Paquot, *L'espace public*, édition La Découverte
- (2) Habermas Jürgen, *L'espace public*, trad. Marc de Launay, Paris, Payot, 1993.
- (3) Jürgen Habermas, *L'espace public*, traduction de Strukturwandel des Öffentlichkeit, publiée chez Payot, Paris, 1978, nouvelle édition 1993
- (4) Cf fiche de lecture
- (5) Thierry Paquot, *L'espace public*, édition La Découverte, « Repères », 2009 (p. 3)
- (6) Cf fiche de lecture
- (7) Thierry Paquot, *L'espace public*, édition La Découverte, « Repères », 2009, p.57
- (8) Émission France culture, *Pas la peine de crier* par Marie Richeux, « Public » , entretien avec Antonio
- (9) Antonio Casilli. *Les données numériques : Un enjeu d'éducation et de citoyenneté*. Re transcription de l'audition devant le CESE (Section de l'Éducation, de la Culture et de la Comm.. 2014. p.10
- (10) Paquot Thierry, *L'espace public*. La Découverte, « Repères », 2009, p. 107
- (11) Bernerd Stiegler, *Le marketing détruit tous les outils du savoir*, 2012, URL : <https://www.bastamag.net/> Bernard-Stiegler-Le-marketing,

consulté le 17/02/2018

- (12) Jürgen Habermas, *Théorie de l'agir communicationnel*, 1981, trad. fr. 1987, rééd. Fayard, 2001 pour le t. I, Fayard, 1997 pour le t. II.
- (13) P. Lazarsfeld et E. Katz, *Influence personnelle . Ce que les gens font des médias*, Paris, Armand Colin/Institut national de l'audiovisuel (1955)
- (14) Anouch Seydtaghia , Publié jeudi 14 décembre 2017, <https://www.letemps.ch/economie/donald-trump-reussi-tuer-neutralite-dinternet>
- (15) Paquot Thierry, *L'espace public*. La Découverte, « Repères », 2009, p. 58
- (16) Thierry Paquot, *L'espace public*, édition La Découverte p.?? (2015)
- (17) Thierry Paquot, *En lisant Georg Simmel*, Hermès, La Revue, vol. 63, p. 21 (2012)
- (18) Hannah Arendt, URL : <http://www.multitudes.net/Pour-Hannah-Arendt-la-politique/>, dernière consultation le 19/02/2018
- (19) Edward Hall, *La dimension cachée*, traduit de l'anglais par Amelia Petita, Paris, Seuil, 1971
- (20) Paquot Thierry, *L'espace public*. La Découverte, « Repères », 2009, p. 28
- (21) Thierry Paquot, *L'espace public*, édition La Découverte p.57
- (22) Univsalis.fr, *Personne*, écrit

par Nicole Sindzingre, chargée de
recherche au C.N.R.S. et Henry
Duméry, professeur de philosophie
à l'université de Paris-X-Nanterre

(23) Charles Perraton, Étienne
Paquette, Pierre Barette,

*Dérive de l'espace public à l'ère
du divertissement*, Presses de

l'Université du Québec, Cahiers du
Gerse, 2017, p. 112

(24) Yves Winkin, (1981), *La Nouvelle
Communication*, Paris, Seuil

(25) Erving Goffman, sociologue
et linguiste américain d'origine
canadienne (1922 - 1982)

Résumé

L'espace public au sens habermassien a donc largement évolué. Thierry Paquot, par la distinction qu'il fait entre l'espace public et les espaces publics, contribue à rendre cette notion plus claire, mais surtout à en retrouver la justesse, souvent mise à mal par les différents acteurs se l'appropriant de manière erronée. Les enjeux de l'espace public, en se référant à sa définition, permettent donc la publicité des opinions privées et sont des espaces d'échanges politiques et publics. Internet apparaît comme un nouvel espace public, qui bouleverse de nouveau le couple public/privé, en faisant de l'individu la représentation de la sphère privée, décidant lui-même de son public dans une « stratégitée » de lui-même, souvent sous couvert d'une identité alternative. Cette cyberdémocratie, où la communication est pluridimensionnelle et offre un espace de partage d'opinions très riche, libre et illimité (pour le moment), ne remplace pas mais s'ajoute au débat *in situ*, c'est-à-dire à la vie présente. La communication est donc un des enjeux majeurs de l'espace public, en créant un espace démocratique, mais est également l'enjeu des espaces publics, lieux géographiques dans lesquels des relations se créent. La société découle des relations que créent les individus et permet de réaliser de l'en-commun. La ville apparaît comme le lieu propice à ces rencontres, où s'appréhende le vivre ensemble dans un espace tout en protégeant son intimité (la proxémie). Mais c'est également le lieu où s'exerce la

civilité, notion variant selon les mœurs, mais inhérente à la vie sociale. Celle-ci implique donc de taire sa subjectivité, de se masquer, pour vivre en société. L'individu adopte alors des rôles, qui ne laissent paraître que l'image qu'il donne à voir aux autres. Les espaces publics sont donc les lieux de partage, de relation, où le public et le privé, l'individu et le collectif, le réel et le virtuel s'interpénètrent dans des interactions plurielles et continues, et où le vivre ensemble comporte des règles formelles ou induites, variant suivant l'époque et la civilisation. Cependant, l'espace public, ainsi que les espaces publics, sont aujourd'hui menacés. L'espace, tant symbolique que géographique, tend à perdre son caractère polyfonctionnel, et devient fragmenté et excluant. D'autre part, la critique d'une société spectaculaire montre les problèmes auxquels se confrontent les citoyens, et l'absence de sens auquel leur vie se trouve réduite. De plus, le système représentatif dans lequel on évolue, vise à dépolitiser, mais également à contrôler la population.

II - QU'EST-CE QUI LE MENACE ?

1/ Un espace fragmenté et excluant

Tout comme le citoyen se définit par les rôles qu'il incarne tour à tour, l'espace se fragmente lui aussi en fonction du rôle qu'on lui attribue. Nous passons donc d'espaces qui autrefois étaient polyfonctionnels, à des espaces spécialisés, qui ne permettent plus de réaliser cet en-commun, et conditionnent l'usage qu'ont les citoyens dans ces lieux. Les auteurs du *Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement* P. Merlin et F. Choay présentent en 1988 la notion d'espace public comme étant relativement récente, et ne faisant donc pas l'objet d'une définition rigoureuse. Selon eux, « quels que soient les

solutions adoptées et les efforts tentés pour rétablir une polyfonctionnalité des espaces publics, il n'en demeure pas moins que la notion même d'espace public - en admettant qu'elle ait encore un sens - demande, avec la notion corrélative de la pratique sociale collective, à être repensée dans le contexte historique actuel des sociétés occidentales et appelle, de la part des urbanistes, une grande circonspection. »⁽¹⁾

Henry Lefebvre parle de « ségrégation », avec, à chaque corps sociale, son espace. Les différentes couches et classes de la société ont leur espace particulier. Tout est séparé. Mais il apparaît que cette idée va beaucoup plus loin : ce sont tous les éléments de la vie sociale qui ont été séparés les uns des autres sous prétexte de fonctionnalisation.⁽²⁾

Il montre en effet qu'autrefois, dans les villes, les espaces n'étaient pas spécialisés. La place du marché par exemple était aussi une place de rassemblement et la place sur laquelle le peuple venait exprimer ses opinions et ses décisions politiques. Les citoyens étaient régulièrement consultés, la vie urbaine était intense. Ces espaces polyfonctionnels se sont vus spécialisés, cloisonnés, fonctionnalisés.⁽³⁾ Ils sont pensés en addition d'espaces. La fonctionnalité prônée par les modernes tel que Le Corbusier consiste précisément à découper les espaces d'existence des individus, pour, d'une certaine manière, respecter le vieux principe « diviser pour mieux régner ». ⁽⁴⁾ Ce parcellement favorise également, selon Lefebvre, la commercialisation. En effet, c'est en spécifiant qu'on rend vendable. Les termes de villes et de campagnes s'opposent pour donner naissance à un troisième terme qui les enveloppe et les dépasse : *l'urbain*.

Dans l'idée de Lefebvre, commune à celle des **Situationnistes**, il s'agit de se libérer de l'aliénation.⁽⁵⁾ Suite à la découverte des Manuscrits de 1844 de Karl Marx, il s'aperçoit qu'on est d'une part aliéné au travail, mais également hors travail. Selon lui, l'espace est également perçu, vécu et conçu comme source d'aliénation. C'est dans ce cadre-là qu'il préconise un *Droit à la ville*, qui est une sorte de droit à l'insurrection, afin de promouvoir les intérêts « de la société toute entière, en premier lieu de ceux qui habitent ». ⁽⁶⁾ Lefebvre dénonce donc tout ce qui aliène, dépouille les habitants de leur espace comme l'éviction des classes populaires vers la périphérie, l'urbanisme autoritaire, la privatisation de l'espace par les forces capitalistes etc. Pour Paquot, la ville est un devoir, pas un droit. Elle représente l'accessibilité, la gratuité, mais surtout un ensemble composite. Les enclaves résidentielles par exemple la réduisent considérablement. On ne peut plus errer, la ville s'interrompt et force au détour.

À partir du moment où chacun s'inscrit dans une case, la ville perd sa dimension composite. Thierry Paquot explique qu'à l'époque de la révolution de 1789 à Paris, les quartiers étaient tous mêlés. Le cloisonnement entre beaux quartiers d'un côté et quartiers populaires de l'autre n'existait pas. Cette distinction vient au XIX^e siècle avec la révolution industrielle, avec la bourgeoisie triomphante et le prolétariat (terme qui n'existait pas encore à l'époque de cette révolution). Selon les documents notariés, Paris était une ville hétérogène. C'est par la suite que s'est développé une ségrégation, celle que décrit Henry Lefebvre. D'après lui, « l'investissement spatial, la production de l'espace, ce n'est pas un incident de parcours, mais une question

de vie ou de mort »⁽⁷⁾

Selon Lucien Kroll, l'homme, en marchant, créé spontanément une rue habitable et vivante. Ceci apparaît comme un « élément humaniste de communication longitudinal et transversal ».⁽⁸⁾ La rencontre entre deux hommes crée la place. La place réside donc dans la rencontre entre différentes personnes évoluant dans la ville. Ce sont les deux formes urbaines éternelles, en plus de la cour et du jardin, et représentent des liens mythiques et écologiques entre les habitants. Le Corbusier, selon Kroll, « n'avait pas le droit de supprimer ce système de relations pour inventer une géométrie disciplinaire.[...] La ville, tout comme la ville grecque, aurait du rester telle leur acropole, c'est à dire une symphonie d'obliques en désordre vivant, et ne pas se calquer sur un système de lignes parallèles. »⁽⁹⁾

Ceci enlève donc le fait que l'on puisse imaginer une ville pour les hommes, c'est à dire que l'on puisse organiser « par dessus » ou « à la place » des hommes.

Selon Kroll et Paquot, la ville ne peut en effet pas être planifiée. C'est une sorte d'alchimie entre des individus qui ne se connaissent pas et qui vont potentiellement se croiser, se rencontrer, s'éviter. L'essentiel, c'est la possibilité même de la rencontre. Il faut toujours partir des gens. On ne peut pas créer une place qui puisse être exportée ailleurs, celle-ci se dessinant suivant les hommes qui vivent sur ce territoire particulier. Les territoires sont inégaux, mais il peut y avoir une équité entre ceux-ci.

Il naît donc un espace public parmi des espaces publics. « Je n'existe que si je peux croiser le regard de l'autre, et plus si affinité. »⁽¹⁰⁾ Ceci implique que l'on se trouve en sécurité (pas forcément dans un espace sécurisé) pour circuler. Pour Paquot, si un lieu est habité, il est sûr.

Pierre Jacob, directeur de recherche au CNRS, explique que si on veut un territoire pacifié, il faut qu'il y ai du commerce de rez-de-chaussé, du mobilier urbain, que les enfants jouent sur les trottoirs et non parqués dans des aires de jeux. Il faut une alchimie entre les individus qui partagent cet espace, une *écologie* selon Kroll. Selon Paquot, la ville est un *écosystème*.⁽¹¹⁾ Une ville fonctionnelle, rationnelle, ségréguée, n'est pas un *écosystème*, elle est artificielle. Il faut permettre toutes les interactions, les relations. C'est la définition même de l'écologie.

Selon Hannah Arendt, la société de masse pousse en effet à la déliaison, et à réduire considérablement l'en-commun, ce qui empêche de créer ces relations qui composent l'écosystème urbain. Selon elle, « vivre ensemble dans le monde, c'est dire essentiellement qu'un monde d'objets se tient entre ceux qui l'ont en commun, comme une table est située entre ceux qui s'assoient autour d'elle ; le monde, comme tout entre-deux, relie et sépare en même temps les hommes. Le domaine public, monde commun, nous rassemble, mais aussi nous empêche, pour ainsi dire, de tomber les uns sur les autres. Ce qui rend la société de masse si difficile à supporter, ce n'est pas, principalement du moins, le nombre de gens ; c'est que le monde qui est entre eux n'a plus le pouvoir de les rassembler, de les relier, ni de les séparer. »⁽¹²⁾ Après avoir explicité ce que la propriété privée enlève à ses possesseurs (l'en-commun), elle note : « Dans les circonstances modernes, cette privation de relations objectives avec autrui, d'une réalité garantie par ces relations, est devenue le phénomène de masse de la solitude qui lui donne sa forme la plus extrême

et la plus inhumaine. Cette extrémité vient de ce que la société de masse détruit non seulement du domaine public mais aussi le privé: elle prive les hommes non seulement de leur place dans le monde mais encore de leur foyer où ils se sentaient jadis protégés du monde, et où, au moins, même les exclus du monde pouvaient se consoler dans la chaleur du foyer et la réalité restreinte de la vie familiale »⁽¹³⁾.

Dans la société contemporaine, la déliaison sociale est donc un enjeu crucial. On peut notamment faire émerger trois facteurs qui renforcent cette ségrégation ainsi que la décomposition du domaine public.

On observe tout d'abord le problème de la privatisation. Comme l'explique Thierry Paquot, ou encore Alice Béja, enseignante titulaire à Sciences Po Lille, le phénomène de résidentialisation, participe entre autre à l'exclusion.⁽¹⁴⁾ C'est un concept récent, appliqué par les urbanistes, définissant la résidentialisation comme un processus « qui consiste à donner un caractère privé aux immeubles, par exemple en posant des grilles à l'entrée ou en aménageant un jardin au pied de l'immeuble, [et qui] permet une appropriation de l'immeuble par ses habitants »⁽¹⁵⁾. L'enjeu de ce plan urbanistique manifeste donc clairement l'objectif de ségrégation, sous couvert d'une « appropriation » des lieux. Le phénomène de privatisation s'étend sur un plus large spectre, et ne pourra donc pas être étudié de manière exhaustive.⁽¹⁶⁾ Il est multiforme, et impacte de manière considérable l'usage que nous faisons de l'espace public. La partie émergée de cette propension à la privatisation se retrouve notamment dans les images que l'on croise quotidiennement dans l'espace

public. Dans son manifeste *Partager le Regard*, Vincent Perrottet, graphiste, enseignant et directeur artistique, dénonce cette omniprésence de la culture marchande et institutionnelle : « Plus que jamais et de façon croissante, nous évoluons dans des sociétés qui façonnent nos consciences par les images. Chaque personne vivant dans l'espace urbain est confrontée quotidiennement à des centaines de messages visuels, informations commerciales ou de services publics qui communiquent sur leurs actes. »⁽¹⁷⁾ Il dénonce également le retrait du citoyen, ou tout du moins l'absence d'une réelle critique face à cette privatisation des espaces visuels, allant jusqu'à créer de l'« apnée visuelle ». Ainsi, « dans un monde se donnant à comprendre en grande partie par l'exercice du regard, ceux qui décident des images prennent un pouvoir qui devient totalitaire s'il n'est pas questionné démocratiquement. »⁽¹⁸⁾

On observe également une privatisation juridique, qui vise à la réaffectation d'un espace du domaine public au domaine privé ou à la revente d'un bien public à un propriétaire privé mais également une accessibilité restreinte ou sélective de l'espace public, portant atteinte au principe démocratique de participation et d'accès égalitaire à l'espace public.

Ceci fait émerger le second danger des espaces publics : l'hypersécurisation.

Celle-ci crée des zones bien délimitées créant une illusion de contrôle total. Selon Alice Béja, les menaces existent, mais avec le renforcement du nombre de caméras, de la police etc., les citoyens sont dans l'illusion que tout peut-être sécurisé, alors que l'état n'a en réalité pas la possibilité de tout maîtriser et contrôler.⁽¹⁹⁾

Selon Stéphane Tonnelat, chargé de recherche au CNRS,

ce phénomène pose la question du préjugé social dans l'espace public, et de sa conséquence sur la conception que l'on a d'un espace public et de ses occupants aujourd'hui. En effet, il apparaît que la sécurisation de l'espace public tend à se débarrasser des gens qui y vivent, sans déléguer aux habitants une partie de cette sécurité. Avant, l'espace public était partagé entre l'État et les habitants. L'inter-connaissance dans les quartiers faisait que ces lieux étaient partagés entre la puissance publique de l'État et les habitants. Or aujourd'hui, on pense que cette sécurité n'est que le devoir de l'État. Ceci transforme les habitants eux-mêmes en personnes dont il faut se méfier, se « débarrasser ». Il y a une transformation des espaces de la ville en espaces anonymes. Cette conception de l'espace anonyme prend le dessus. Or, dans l'histoire des villes, les quartiers ne sont pas si anonymes que ça. Le quartier dessine en effet un entre-deux, un pont entre les domaines publics et privés. L'étranger au quartier se fait forcément remarquer, mais le problème n'est pas de se faire remarquer, mais discriminer.

En effet, l'idée de Kroll selon la fait que ce sont les gens qui vivent dans l'espace public qui l'activent est reprise par Chris Blache, socio-ethnographe, co-fondatrice et coordinatrice de l'association Genre et Ville⁽²⁰⁾. Les connaissances tissent du lien, mais dès qu'on se retrouve enfermé dans des zones, la reconnaissance mutuelle se perd. L'État, pour mieux contrôler les foules et éviter le « chaos », fait en sorte que nous ne soyons plus dans l'espace public, que nous n'ayons plus le contrôle sur ces zones, contrôle alors confié à d'autres. La sécurité n'est donc plus garantie par la présence humaine.⁽²¹⁾

Ces préjugés sont à destination de tous et toutes, notamment envers les femmes, qui vont se retrouver dans des rues désertes, car obturées par des grilles,

volets etc. Les injonctions stipulant que la rue est dangereuse, encrées et intégrées en tant que norme, font que l'on ne veut plus y rester. Il se forme alors une discrimination envers les femmes, qui, par rebond, engendre une discrimination envers les personnes qui sont « suspectées » d'être un danger pour celles-ci, c'est à dire les personnes qui « traînent » dans l'espace public. Il va donc y avoir des représentations autour des sans-abris, des réfugiés etc., qui vont eux-mêmes être chassés de l'espace public. Cette ascension discriminatoire se manifeste physiquement dans l'espace public par un « design défensif »⁽²²⁾, faisant émerger un mobilier urbain « anti-pauvre » et « anti-jeune ». Cette pratique du designer paraît loin des valeurs auxquelles il devrait correspondre, alors qu'« un des rôles du design est de répondre à des besoins, de résoudre des problèmes, de proposer des solutions nouvelles ou d'explorer des possibilités pour améliorer la qualité de vie des êtres humains ».⁽²³⁾ Lorsque le designer se met au service de la violence, c'est que son sens éthique est perdu. Comme l'écrit Noël Jouenne, « aujourd'hui, le designer est l'intermédiaire entre le discours politique, relayé par les médias, et la masse (le marché). Il est important à mes yeux que le designer prenne conscience de cette réalité car ses réalisations peuvent engendrer une violence symbolique, et parfois réelle dans la cité. »⁽²⁴⁾ Dans cette escalade ségrégative, où l'aménagement de l'espace public apparaît désincarné, se forme un rejet des communautés les unes entre les autres. On se retrouve dans un cercle vicieux, dont il faudrait sortir, en ramenant de la vie dans l'espace public.

Enfin, le troisième danger, se superposant aux deux précédant, est la **patrimonialisation**, ou muséification.

Ceci consiste à organiser l'espace public autour de journées du patrimoine, de fêtes, qui limitent l'utilisation de l'espace public à une seule chose, et dessinent des zones. Aujourd'hui, la patrimonialisation des lieux légendaires s'appuie non plus sur l'intérêt historique ou les richesses naturelles des sites culturels qui servent à légitimer leur importance aux yeux des visiteurs, mais sur l'utilisation de constructions imaginaires comme outils de valorisation touristique de ces lieux. Selon T. Paquot, les « centres anciens se convertissent en lieux urbains à consommer de plus en plus semblables avec un air de déjà vu. »⁽²⁵⁾ La ville se standardise, se normalise, se gentrifie, pour répondre à l'attente du tourisme urbain en développement, et devient un spectacle de la ville rêvée, imaginée, vue sur internet ou dans les guides.

2/Une société spectaculaire

L'idée d'un spectacle omniprésent auquel prend part -ou plutôt assiste- un public massifié en quête d'identification et accordant plus d'importance aux représentations qu'il se fait de la réalité qu'à celle-ci même se retrouve dans les écrits de Guy Debord.⁽²⁶⁾

L'origine du concept de spectacle tel que l'ont énoncé les membres du mouvement International situationniste, et plus particulièrement Guy Debord prend naissance dans les années 1957-1958. Elle est issue de la métaphore d'une société contemporaine vu comme une salle, où

les gens regardent une pièce de théâtre qui leur montre ce que pourrait être leur vie. Le fait de regarder cette pièce les empêche concrètement d'agir. Ils restent passifs face à cette représentation tout en s'identifiant psychologiquement à ce qu'il se passe sur la scène, qu'il s'agisse du personnage dans lequel ils se reconnaissent, d'une situation dans laquelle ils se projettent ou d'un objet à forte valeur symbolique. Les situationnistes veulent rompre cette identification pour inciter les gens à construire les situations de leur vie **quotidienne**, d'où le terme de mouvement « situationniste ». ⁽²⁷⁾

C'est ce rapport de contemplation d'une activité qui se déroule indépendamment du spectateur qu'ils vont analyser comme le fondement des rapports sociaux dans la société contemporaine. Les gens ne vivent pas, ils se contentent de regarder leur propre vie telle qu'elle leur est donnée à contempler. La non-intervention est donc le principe même du spectacle.

Dans *La société du spectacle*, la remise en question de l'hégémonie des médias dans la sphère publique ou, au xx^e siècle, l'avènement d'une civilisation de l'image, s'avèrent n'être que l'aspect superficiel du concept de spectacle tel qu'il est défini par les situationnistes et Guy Debord en particulier. «Le spectacle n'est pas un ensemble d'images, mais un rapport social entre des personnes, médiatisé par des images.» ⁽²⁸⁾

Le spectacle, au théâtre comme au cinéma, repose toujours sur la séparation entre le public et la chose contemplée, et donc aussi la séparation entre les spectateurs eux-mêmes, qui sont simplement juxtaposés dans une salle. La relation entre la chose contemplée et le public est donc à sens unique, et cette relation vient se substituer aux rapports sociaux de rencontre, de discussion, de coopération, qui peuvent s'engager dans

une foule qui est réunie autour d'un même événement. Le spectacle, pour Debord, procède au remplacement d'une communication et d'une activité qui sont absentes. Il empêche de s'établir toute forme de communauté agissante, immédiate, parce qu'il réorganise la masse des individus atomisés autour de la réception passive des signes du spectacle. Ce dernier est finalement une forme de *pseudo-communication*.

Pour les situationnistes, on est dans une société de *non-communication*, en dépit de tous les moyens de communication dont on dispose. Dans les années 60, ils développent cette analyse de la société contemporaine en construisant une nouvelle théorie qui est liée à celle-ci, la théorie des rôles sociaux⁽²⁹⁾.

Cette théorie va continuer de mobiliser les catégories théâtrales pour comprendre le spectacle en tant que « fabrication concrète de l'aliénation », dans chacune des situations où l'existence est finalement soumise à l'expansion de l'économie capitaliste et à toutes les formes d'organisation qui sont déterminées par celle-ci. Pour Vaneigem, la société capitaliste distribue des rôles à chaque individu. Chacun doit se conformer à ce rôle pour obtenir une reconnaissance de la part des institutions et plus généralement de la part de ses semblables. Selon lui, « les rôles sont l'aliénation incrustée dans le vécu »⁽³⁰⁾. Il correspondent à la satisfaction de l'individu à modeler lui-même les rôles qu'il incarne à la gamme des stéréotypes dominants, ils le tiennent éloigné de ce qu'il est et de ce qu'il veut être authentiquement. Pour les situationnistes, la pression n'est pas uniquement exercée d'en haut, mais est consentie.

Les situationnistes s'inspirent de Bertolt Brecht (1898-1956), dramaturge, metteur en scène, critique théâtral,

écrivain et poète allemand, pour rompre avec le principe d'identification.

Face au pouvoir hypnotique du spectacle, Brecht avait mis en place des procédés de distanciation. Il s'agissait pour lui de mettre en place des procédés d'étrangeté (ex : acteur qui déclame son texte de manière totalement inappropriée) afin que le spectateur cesse d'adhérer à la situation à laquelle il assiste. Celui-ci cesse alors de voir cette situation - et finalement le monde environnant - comme quelque chose qui va de soi.

En reprenant ce procédé, les situationnistes proposent de créer des effets de distanciation, non plus au théâtre mais dans la vie quotidienne. Cet effet va être produit par des ruptures dans l'ordre social dans la vie quotidienne qui obligent les individus à sortir de leur rôle, de telle sorte que soit créée la « situation qui rend impossible tout retour en arrière » (phrase de Marx reprise par les situationnistes). Il s'agit de multiplier les situations étranges, paradoxales, scandaleuses, jusqu'à ce qu'on arrive à la situation révolutionnaire, dans laquelle c'est l'ordre social lui-même qui est remis en question et qui est renversé.

Le mouvement situationniste a commencé avec une remise en question de l'architecture et de l'urbanisme dans la société contemporaine. On peut donc citer comme exemple de remise en question par une distanciation - notamment dans le rapport à l'espace urbain - le point quatre d'un programme d'urbanisme unitaire : « La totalité du spectacle qui tend à intégrer la population se manifeste aussi bien comme aménagement des villes et comme réseau permanent d'information. C'est un cadre solide pour protéger les conditions existantes de la vie et notre premier travail est de permettre aux gens de

cesser de s'identifier à l'environnement et aux conduites modernes. »⁽³¹⁾

On voit donc une référence transparente aux théories Brechtiennes. Sarcelle est par exemple une des villes nouvelles qui se construit à l'époque en banlieue pour répondre à la crise du logement mais dans lesquelles les situationnistes analysent au contraire une sorte de standardisation des existences, et de contrôle social accru sur la vie quotidienne des habitants des banlieues. Le spectacle ne procède donc pas uniquement par les moyens de communication, tels que la télévision, le cinéma etc. mais procède aussi par la construction d'un environnement qui véhicule des comportements, des attitudes qui sont déjà pré-contraints, pré-déterminés.

Parmi ses contemporains, Debord va aussi rentrer en contact avec des penseurs et des militants qui vont voir le Marxisme sous un nouveau jour, et qui vont lui permettre de réinterpréter la théorie du spectacle de manière différente. Parmi ceux-ci figure Henry Lefebvre, l'auteur d'une *Critique de la vie quotidienne*, qui va beaucoup inspirer les situationnistes.

Lefebvre propose en effet de penser la vie quotidienne dans son unité contradictoire - apparaissant tantôt comme un objet de plénitude, tantôt comme un objet de dépréciation - en menant une réflexion critique grâce au concept philosophique d'aliénation alors au centre des discussions philosophiques. Dans son troisième tome, la quotidienneté se manifeste comme le produit de la modernité. Avec le XIX^e siècle, et le règne du **capitalisme** et de la marchandise, apparaissent de nouvelles formes de domination qui sont rapidement intériorisées. Lefebvre fait une distinction entre *vie quotidienne* et *quotidienneté*, la vie quotidienne constituant un « ensemble de relations

de distance, proximité et voisinage, le terrain et l'enjeu de conflits d'appropriation mettant en jeu l'espace, le temps, le corps. La quotidienneté serait, quant à elle, la dégradation du quotidien, le produit de la société de consommation. »⁽³²⁾ Guy Debord et l'Internationale Situationniste rejoignent ici Henri Lefebvre lorsqu'ils dénoncent une vie quotidienne aboutissant à l'extrême aliénation, au nom des techniques récentes et de la société de consommation⁽³³⁾.

L'influence du Marxisme chez Debord va se faire sentir notamment dans l'utilisation de la théorie du spectacle pour analyser la lutte des classes dans le monde du travail. Dans le monde de l'usine tout d'abord, mais également à plus grande échelle et dans divers secteurs, le travailleur ne se voit plus laisser d'initiatives, son comportement lui est dicté d'une part par ses supérieurs hiérarchiques, mais aussi par toute la structure technique et organisationnelle de l'entreprise moderne poussant à la dépossession généralisée du travailleur par rapport à sa propre activité de production. L'activité du designer graphique par exemple, notamment dans sa production graphique contemporaine au sein de l'espace public, répond par un système de signes à des intérêts supérieurs, auxquels il doit se soumettre. Il perd alors ce qui fait de cette activité une activité libre, dans laquelle il se reconnaît, reconnaît l'autre et trouve du sens. Il apparaît comme un des outils privilégiés de la société capitaliste, un exécutant pour qui son travail, son activité, ne lui appartient plus et devient absurde. Dans ce sens-là, pour les situationnistes, même le travail peut être défini comme un spectacle, puisque la division du travail, le fait qu'il y ait des dirigeants et des exécutants, contribue à faire du travail « une

activité passive». Ce paradoxe est emprunté à Marx lui-même puisque, dans ses premiers écrits, il définit le travail de l'ouvrier comme une activité étrangère qui ne lui appartient pas, une activité qui est une passivité, autrement dit, une *activité passive* (phénomène se retrouvant dans les loisirs, mais sous la forme inversée de passivité active). Car la loi de l'activité est qu'elle soit libre. D'après Georg Lukács, philosophe marxiste, le mode de production capitaliste entraîne une « séparation généralisée du travailleur et de son produit »⁽³⁴⁾. On ne contrôle plus les fins de sa propre activité, les formes qu'elle peut prendre, ou le temps qu'on y emploie. Le spectacle est « ce qui échappe à l'activité des hommes, à la reconsidération et à la correction de leur œuvre. Il est le contraire du dialogue. Partout où il y a représentation indépendante, le spectacle se reconstitue. »⁽³⁵⁾

Pour contrer l'ennui, l'abattement ou même la résistance du travailleur face aux exigences de l'économie marchande, dans sa phase notamment la plus productiviste (contexte des trente glorieuses), différents modes de compensations spectaculaires vont être mis à la disposition du travailleur, qui correspondent encore une fois à autant de rôles. Il s'identifie - suivant le modèle de production - à la marque ou à l'entreprise, voire au patron (modèle américain du *self made man*) ou encore à la figure de l'ouvrier irréprochable (modèle Russe du *Stakhanovisme*)⁽³⁶⁾.

Mais la compensation la plus simple réside encore, pour Debord et les situationnistes, en dehors de la sphère de production, en dehors du monde du travail, dans le fait que la rémunération qu'on perçoit permet d'accéder à une abondance de biens de consommation.⁽³⁷⁾

Selon les situationnistes, tout ce que l'on pourrait

essayer de récupérer de la vie qu'on a perdue dans le travail est nécessairement voué à décevoir, à échouer, car elle est toujours aliénée au fait que les objets et les divertissements désirés ne sont disponibles qu'en tant que marchandises. Le développement de la société de consommation, de l'industrie, des loisirs est finalement une colonisation de la vie quotidienne. «Le spectacle est le moment où la marchandise est parvenue à l'occupation totale de la vie sociale.»⁽³⁸⁾

Le fait que les biens produits par tous ne soient disponibles qu'à travers une médiation monétaire, n'est pas suffisant pour résumer l'aliénation qui est contenu dans la consommation.

Ils se portent aussi sur le terrain de la **propagande** par rapport à cette consommation en montrant que les biens qui sont produits n'ont de valeur consommable que dans la mesure où ils ont été donnés à voir, dans la mesure où ils ont été objets de contemplation. C'est notamment le rôle de la publicité.

La mystification fondamentale de la publicité pour les Situationnistes, c'est d'associer des idées de bonheur à des objets, à la télévision, à l'automobile, à l'électroménager, à des vêtements etc. Selon eux, la publicité est une forme de propagande dans laquelle chaque marchandise est à la fois objet et image. La publicité est toujours une médiation vers une représentation du bonheur matériel. Pour le consommateur, c'est à dire pour chacun d'entre nous, l'attente perpétuelle de ce bonheur qu'entretien le spectacle, est sanctionné à chaque achat de marchandise par une nouvelle déception mais relancé tout aussi régulièrement par l'espoir d'une satisfaction prochaine. La raison de ce cycle infernal, c'est la contradiction entre l'aura qui est conférée à la marchandise qui postule

toujours son unicité absolue, (« c'est l'objet qu'il vous faut, le seul objet qui vous convient à vous seul »), cette singularité magique de la marchandise, et en même temps l'infrastructure industrielle qui en a permis la reproduction multiple, la diffusion à grande échelle et donc en fait la banalisation. On croit donc acheter la marchandise unique, mais on se retrouve toujours avec la même que quelqu'un d'autre.

Dans ce contexte où la publicité apparaît comme la médiation entre le spectacle de l'ultra libéralisme capitaliste et les citoyens devenus des *consommateurs-spectateurs*, le designer graphique cherche donc à retrouver un équilibre. « Parce qu'il contribue à la mise en forme de contenus, et à l'organisation des conditions de circulation des biens matériels et immatériels, le design graphique est toujours une recherche d'équilibre entre son instrumentalisation par les pouvoirs économiques et politiques, et l'attitude critique des designers à l'égard de ces pouvoirs. »⁽³⁹⁾ Cependant, dans *Le vertige du funambule*, Annick Lantenois explique qu'on est face à une rupture de cet équilibre. Le designer graphique se trouve alors en porte-à-faux par rapport à son rôle dans la société. En effet, selon elle, « la transformation du design graphique en emballage visuel vecteur de plus-value semble dater de la mise en place d'un capitalisme qui mobilise la communication pour obtenir l'assentiment des masses (en temps de guerre comme en temps de paix) et fait appel au graphiste pour coordonner la forme visuelle avec le discours sous-jacent : il s'agit bien alors d'agir sur les désirs (Edward Bernays, Propaganda) et de les orienter en fonction du marché et dans des objectifs dits de marketing. »⁽⁴⁰⁾

Dans sa conférence gesticulée, Martial Bouilliol, ancien publicitaire ayant travaillé pour les plus « grandes » marques, aborde aujourd'hui également de manière critique les mécanismes publicitaires, lui apparaissant comme « une arme de destruction massive au service du capitalisme »⁽⁴¹⁾. Il retrace tout d'abord quelques événements majeurs ayant, à son sens, constitué le socle de la publicité. Au xvii^e siècle, la Fable des Abeilles de Bernard Mandeville traite de l'exploitation de son prochain comme fondement de la civilisation. Cette fable décrit des abeilles dans une ruche qui ont désiré supprimer toute l'abjection présente en son sein et finissent par se rendre compte qu'en procédant ainsi, elles ont ruiné leur société. Rendues prospères par leurs vices, elles sont devenues pauvres en tentant de devenir vertueuses. La morale de cette fable est donc que le vice conduit les sociétés humaines à l'efficacité collective, les vices privés faisant les vertus publiques.

Mandeville apparaît comme étant le premier à théoriser de la sorte, cette théorie étant à la base du libéralisme.

Ceci va être repris par Adam Smith et David Ricardo entre le dernier quart du xviii^e siècle et les années 1820, période correspondant à la naissance du capitalisme sous la forme industrielle.⁽⁴²⁾

Au delà d'émettre les premières théories fondant le libéralisme, il va mettre en avant un affecte commun qui justifie toutes les formes de commerce et qui se rapproche de la publicité : l'amour propre. Il apparaît que les personnes agissent selon leur amour propre. Il va identifier deux types d'amour propre. Le premier est orienté vers le bas, il sert à se différencier des classes sociales inférieurs, c'est l'orgueil et le second, orienté vers le haut, est chargé de se différencier des classes sociales supérieurs, c'est l'envie. Ces deux

amours-propres combinés, l'orgueil et l'envie, vont être la base du commerce. Il ressort que le désir est au centre de tout. Trois siècles plus tard, Edward Bernays (1891-1995), neveu de Freud, reprend les théories de Mandeville et va les exploiter. Il va inventer la publicité et sera considéré comme le père de la propagande politique institutionnelle et de l'industrie des **relations publiques**, ainsi que par certains comme un des pères du consumérisme américain. D'après les recherches de son oncle, il en retire que les ressorts du désir sont au niveau de l'inconscient, et va exploiter ceci, notamment au travers de la publicité aspirationnelle. Ce terme qualifie tous les discours publicitaires qui jouent sur ce à quoi aspire la cible. Il décale le système publicitaire en faisant appel aux couches les plus élevées de la conscience. Ceci repose sur le fait de passer d'un bénéfice rationnel à un bénéfice émotionnel (le jeunisme est un discours aspirationnel par exemple). Cette publicité-là est la base de ce que l'on appelle aujourd'hui la communication. Par la suite, en 1920, Bernays fonde son agence de publicité à New York, et travail pour American Tobacco Company (Lucky strike), dans le but de faire fumer les femmes. Il invente les relations publiques. Il va mettre en scène des femmes qui fument, pour faire en sorte que toutes les femmes fument en utilisant de la symbolique issu de ce qu'il a appris de son oncle.

Les années 1980 marquent l'apogée de la publicité. Elle va devenir extrêmement joyeuse, jubilatoire. Ceci ne va pas durer, et s'essouffler économiquement avec la crise pétrolière et la baisse tendancielle des taux de profit qui en découle. De plus, on passe d'un marché de première acquisition à un marché de renouvellement, or le parc industriel n'est pas conçu à l'époque pour ce

nouveau marché. Ceci change les perspectives : pour la première fois, le capitalisme risque de ne pas pouvoir maintenir la croissance qui a fait son succès pendant des trente glorieuses. En matière de publicité, le désir ne fonctionne plus car il y a une défiance du public envers les institutions. Ils vont donc décider de transformer le désir en pulsion.

Entre le moment où il y a la création d'un besoin et sa satisfaction, le temps va être réduit à néant. Afin de parvenir à cette transformation, trois stratégies vont être mises en place. La première consiste à capter le savoir. Il s'agit de le transférer de l'homme à la machine. Le GPS par exemple permet de ne plus avoir à connaître sa géographie. Il est en effet plus facile de contrôler un appareil que de contrôler un cerveau humain. La deuxième condition de l'économie pulsionnelle est la captation de l'attention. Auparavant, en famille par exemple, lorsque les membres se retrouvaient le soir, ils parlaient de leur journée. Le dialogue permettait de se *constituer*. Avec l'arrivée de la télévision dans les foyers, ce système s'est brisé. Bourdieu disait que « les faits divers, ce sont aussi des faits qui font diversion ». ⁽⁴³⁾ Notre attention est captée par les médias et nous empêche de nous réaliser. La troisième condition, c'est la saturation des sens. Aujourd'hui, l'ensemble des médias utilisent énormément le son, les images, la violence, le sexe, dans le but de rendre addictif. La publicité utilise cette saturation des sens, mais le cinéma ou encore les séries également.

Toutes ces stratégies font donc en sorte que les citoyens ne réfléchissent plus et soient dans l'acte pulsionnel, ce qui les rend alors contrôlables. En effet, lorsque l'on est dans le désir, on a le temps de s'*individuer*, de se réaliser.

En sociologie, ceci fait appel à la plus haute sphère de la pyramide de Maslow : *le besoin d'accomplissement de soi*. En comprimant le temps, en passant du désir à la pulsion, on empêche les individus de réfléchir, on les maintient donc dans un état de *subsistance*.

Dans la préface de l'éthique hacker⁽⁴⁴⁾, Linus Torvalds, l'inventeur du système d'exploitation *Open source Linux*, définit les trois types de motivations auxquelles nous sommes confrontés : « la survie [la subsistance], la vie sociale [l'existence] et le plaisir [la consistance ou désir]. »⁽⁴⁵⁾ L'objectif du capitalisme est de maintenir les gens dans la subsistance, et de faire en sorte qu'ils ne soient pas dans le champ des consistances.

La publicité, « arme au service du capitalisme », apparaît donc bien plus virulente qu'on ne pourrait le penser, et ceci s'accroît avec les avancées technologiques. En effet, dans les années 2000, alors que la publicité se faisait encore à l'extérieur, les mouvements anti-pub étaient relativement efficaces.⁽⁴⁶⁾ Mais aujourd'hui, les nouvelles techniques publicitaires digitalisées, personnalisées et industrialisées ont changé la norme. La programmation, qui correspond à la publicité délivrée en fonction du parcours effectué sur la toile, occupe 40 % du marché publicitaire et ne peut être contrée. La lutte contre la publicité paraît alors vaine, tout comme le serait une réaction frontale face au capitalisme.

Au vu de cette étude, l'humain n'apparaît donc dans ce système qu'en tant que dominant ou dominé, producteur ou consommateur, ce dernier étant maintenu dans un état de subsistance, et pris dans un engrenage spectaculaire infernal le privant de sa capacité à se réaliser.

3 / Perte de sens dans un système représentatif

Une politique fondée sur la démocratie pourrait redonner aux gens l'envie et les moyens de participer à la vie de la *Cité*, et donc à retrouver du sens, tant collectivement qu'individuellement. La démocratie est en effet un « système de gouvernement dans lequel le pouvoir est exercé par le peuple, par l'ensemble des citoyens. »⁽⁴⁶⁾

Cependant, on s'aperçoit que la démocratie dans laquelle nous sommes ne correspond pas à sa définition première, et dépolitise plus qu'elle n'engage. Contrairement à ce que nous pourrions être amené à croire, la possibilité

de voter parmi un panel de représentants restreint ne signifie pas que l'on vit dans une démocratie. La démocratie suppose délibération et **participation**, et ne peut se limiter à des pseudos-sondages et des enquêtes d'opinion afin de pouvoir s'exercer pleinement. Étienne Chouard, enseignant, blogueur et militant politique français, défend l'idée selon laquelle le tirage au sort serait davantage favorable dans l'exercice d'une réelle démocratie que la démocratie représentative actuelle qui consiste à élire des représentants parmi des candidats⁽⁴⁷⁾. Une société démocratique, selon Paul Ricœur, s'appuie sur le fait que la définition du bien commun est par construction relative, variable, discutable, conflictuelle, donc politique. Cette définition pose alors la question de la souveraineté. Il en ressort que la taille de nos société implique de fait le besoin d'avoir des représentants, -terme polysémique pouvant désigner un serviteur comme un maître- mais il apparaît que le système actuel favorise la domination du plus grand nombre par un petit nombre. Ce programme est formulé dès 1789. Sieyès, l'inspirateur de la Révolution française, l'énonce en ces termes: « Dans la démocratie, les citoyens font eux-mêmes les lois, et nomment directement les officiers publics. Dans notre plan [le gouvernement représentatif], les citoyens font, plus ou moins immédiatement, le choix de leurs députés à l'Assemblée législative; la législation cesse donc d'être démocratique et devient représentative. »⁽⁴⁸⁾ Plusieurs philosophes, tels qu'Aristote (en -332), Montesquieu (en 1748), ou encore Cornélius Castoriadis (en 1996) dénoncent le fait que les élections sont aristocratiques (du grec *aristos*, « le meilleur ») et non démocratiques. Élire des représentants, est synonyme, selon Étienne Chouard, de renoncer à exercer soit-même sa souveraineté

et de renoncer à légiférer. L'élection apparaît comme étant une pratique infantilisante, aristocratique et démotivante. En effet, le citoyen - ou, plus justement dans le système actuel, l'électeur - est hétéronome. C'est à dire qu'il subit la loi écrite par un autre, lui enlevant l'autonomie qui ferait de lui un citoyen à même de produire lui-même le droit auquel il consent à obéir. Dans les circonstances actuelles, le bien commun ne peut donc pas être défendu, la souveraineté n'appartenant pas au peuple mais à une poignée de représentants.

De plus, Étienne Chouard met en avant le fait que les candidats élus pour représenter le peuple portent au pouvoir les « pires ». En effet, il explique que l'élection donne le pouvoir à ceux qui le veulent, alors que, comme l'explique Alain, philosophe, essayiste et journaliste, « le trait le plus visible dans l'homme juste est de ne point vouloir du tout gouverner les autres et de gouverner seulement lui-même. Cela décide tout. Autant dire que les pires gouverneront. »⁽⁴⁹⁾

De plus, l'élection, qui repose sur une base de confiance, et non de défiance, favorise les menteurs (afin d'accéder au pouvoir et d'y rester), produit des maîtres, et non des égaux, provoque un sentiment de supériorité et pousse à la corruption. La corruption est mise en place par un système d'« aide » des journalistes se chargeant de montrer les candidats sous un « angle flatteur », la presse et l'édition appartenant majoritairement à quelques banques et industriels. Les « élus aidés seront ainsi forcément débiteurs - donc serviteurs - des intérêts privés de leurs bienfaiteurs (dont ils ont absolument besoin, pour leur élection et pour leur réélection) »⁽⁵⁰⁾.

Il apparaît donc une professionnalisation de la politique, faisant émerger des partis menant une sorte de « guerre politique » dans une ascension compétitive, camp

contre camp, et ne visant plus le bien commun, mais les intérêts d'une minorité. Ils produisent donc un droit qui leur est favorable, que Chouard appelle « le capitalisme » ou la **ploutocratie**.

Notes

(1) Pierre Merlin et Françoise Choay, *Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement*, Paris, PUF, nombreuses rééditions augmentées (1988).

(2) émission France culture, *Pas la peine de crier* par Marie Richeux, « espaces publics/espace public», entretien avec Thierry Paquot. Consulté le 31 Janvier 2018

(3) Entretien avec Henri Lefebvre, *Urbanose* (chapitre 15), L'Office National du Film du Canada, 1972

(4) émission France culture, *Pas la peine de crier* par Marie Richeux, « espaces publics/espace public», entretien avec Thierry Paquot, Consulté le 31 Janvier 2018

(5) Guy Debord, *La Société du Spectacle*, Les Éditions Gallimard, Paris, collection Folio article 30, p. 31

(6) Purcell, Mark. *Le Droit à la ville et les mouvements urbains contemporains*, Rue Descartes, vol. 63, no. 1, 2009, pp. 40-50.

(7) Idem, p. 478-479, vu dans l'article *La production de l'espace* De Henri Lefebvre (1974) 2005, écrit par J-Yves Martin, URL : http://www.persee.fr/doc/homso_0018-4306_1974_num_31_1_1855, dernière

consultation le 20/02/2018

(8) émission France culture, *Pas la peine de crier* par Marie Richeux, « espaces publics/espace public», entretien avec Thierry Paquot, entretien avec Lucien Kroll issu de l'Exposition Simone et Lucien Kroll, *une architecture à habiter*, 2013.

Consulté le 31 Janvier 2018.

(9) émission France culture, *Pas la peine de crier* par Marie Richeux, « espaces publics/espace public», entretien avec Thierry Paquot, entretien avec Lucien Kroll issu de l'Exposition Simone et Lucien Kroll, *une architecture à habiter*, 2013.

Consulté le 31 Janvier 2018.

(10) Idem.

(11) Jan Synowiecki, *Thierry Paquot, Le paysage*, Lectures [En ligne], Les comptes rendus, 2016, mis en ligne le 25 octobre 2016, consulté le 10 février 2018. URL : <http://journals.openedition.org/lectures/21570>, dernière consultation le 20/02/2018

(12) Hannah Arendt, (1958), *Condition de l'homme moderne*, traduit de l'anglais pas Georges Fradier, préface de Paul Ricoeur, Paris, Calmann-Lévy, 1981, réédition Paris, Pocket, 1994. (p. 92-93)

(13) Même livre (p. 99-100)

(14) Émission France Culture, à qui appartient l'espace public ? *Du Grain à moudre d'été* par Raphaël Bourgois

- et Emilie Chaudet (2016), dernière consultation le 17/02/2018
- (15) Rapport Grosdidier à l'Assemblée Nationale n° 997, 2003, p. 20
- (16) Plus d'information le texte de Christian Dessouroux, *La diversité des processus de privatisation de l'espace public dans les villes européennes*
- (17) Vincent Perrottet, *Partager le Regard*, <http://www.partager-le-regard.info/>, consulté le 20/02/2018
- (18) Texte de Vincent Perrottet dans le cadre du festival *Ouvrez l'oeil* à Pau (2009) URL : <https://projetouvrezoeil.wordpress.com/les-artistes/vincent-perrottet/>, consulté le 20/02/2018
- (19) Propos recueillis dans l'émission France Culture, à qui appartient l'espace public? Tiré de sa publication, *L'espace public, bien commun par excellence*.
- (20) Au travers de #50NuancesDeGrilles, l'association propose de montrer comment la ville, loin d'offrir un univers apaisé et fertile - conditions nécessaires à une meilleure appropriation, plus riche, plus mixte de l'espace public - s'enferme, divise, se grille, et tend à ressembler de plus en plus à un univers carcéral gris.
- (21) Émission France Culture, À qui appartient l'espace public ? *Du Grain à moudre d'été* par Raphaël Bourgois et Emilie Chaudet (2016)
- (22) *Mobilier urbain anti-pauvre*, Recherche-action et transformation sociale par Hugues Bazin, chercheur indépendant en sciences sociales , 2014
- (23) Design, URL : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Design>, consulté le 09/02/2018
- (24) Noël Jouenne, *Contresens du design dans l'espace public*, Feb 2008, Annecy, école d'art, France.
- (25) Thierry Paquot, *L'espace public*, édition La Découverte p.94 (2015)
- (26) Guy Debord, *La société du spectacle*, Gallimard, Folio (1996)
- (27) Conférence de Patrick Marcolini, philosophe et historien des idées, *Debord en quelques mots*(2013)
- (28) Guy Debord, *La société du spectacle*, Gallimard, Folio (1996), p.4
- (29) Théorie de Raoul Vaneigem exposée dans *Le traité de savoir vivre à l'usage des jeunes générations*, s'inspirant lui-même des travaux d'Henry Lefebvre, notamment de son livre *Critique de la vie quotidienne*, à la même époque
- (30) Raoul Vaneigem, *Traité de savoir-vivre à l'usage des jeunes générations*, 1972, URL : <http://www.ker-thiossane.org/IMG/pdf/Vaneigem-Traite-de-savoir-vivre.pdf>, p. 62

- (31) Attila Kotányi et Raoul Vaneigem, article 4, *La distanciation devant le spectacle urbain* (1961)
- (32) Frédéric Pousin, *Introduction*, Strates [En ligne], 14 | 2008, mis en ligne le 04 mars 2013, consulté le 10 février 2018. URL : <http://journals.openedition.org/strates/6651>
- (33) Debord Guy, *Internationale situationniste* (1958-1969), Paris, Champ-Libre, 1975.
- (34) Georg Lukács, *Histoire et conscience de classe* (1923)
- (35) Guy Debord, *La Société du Spectacle*, Les Éditions Gallimard, Paris, collection Folio p. 15
- (36) Campagne de propagande conduite en URSS, qui faisait l'apologie de l'ouvrier dévoué à son travail et très productif
- (37) P. Canjuers et Debord, *Préliminaires pour une définition de l'unité du programme révolutionnaire*, article 6 (1960)
- (38) Guy Debord, *La Société du Spectacle*, Les Éditions Gallimard, Paris, collection Folio article 42, p.39
- (39) Nicolas Bordas, article *Et si le design était d'abord un acte politique ? à propos du livre d'Annick Lantenois, Le vertige du funambule – Le design graphique entre économie et morale*, http://www.nicolasbordas.fr/archives_posts/et-si-le-design-etait-dabord-un-acte-politique, consulté le 09/02/2018
- (40) Annick Lantenois, *Le vertige du funambule – Le design graphique entre économie et morale*, Édition B42, Cité du design et Annick Lantenois, 2010.
- (41) Martial Bouilliol, *Une autre histoire de la publicité*, version intégrale de la conférence donnée à Pantin en Septembre 2017, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=m1Pyr1kqcY0>, dernière consultation le 09/02/2018
- (42) Jean-Pierre Potier, *Les Classiques I : A. Smith et D. Ricardo* Publié le 15/06/2007, URL : <http://ses.ens-lyon.fr/ressources/grands-dossiers/la-pensee-economique/les-classiques-i-a-smith-et-d-ricardo-12143>, consulté le 09/02/2018
- (43) Pierre Bourdieu, *Sur la Télévision*, 1996
- (44) Pekka Himanen, *l'éthique hacker et l'esprit de l'ère de l'information*, 2001, éd. Exils
- (45) Jean-Pierre Saez, *Un lien à recomposer* Collection «Culture & Société» - Tome 1, 2008, p.171
- (46) Cf livret Art, Technique et Civilisation
- (47) Étienne Chouard, *Sommes-nous en démocratie?*, édité par la Relève et la Peste, Montreuil, 2017
- (48) Idem, p. 7
- (49) Idem, p. 20
- (50) Idem, p. 26

Résumé

Comme nous l'avons vu, plusieurs menaces pèsent donc sur l'espace public. D'une part, la recherche de fonctionnalisation mène à la ségrégation et à la discrimination, par la fragmentation de l'espace créant des zones. Ce sont les hommes qui créent la ville par leur rencontre dans un territoire particulier, constituant alors un écosystème. La ville ne peut donc pas faire l'objet d'une création artificielle. Cependant, la société de masse ne permet pas de créer cette écologie urbaine, car elle pousse à la solitude et à la déliaison, et n'arrive plus à faire de lien (rassembler ou séparer) les gens. Les maux que cette société provoque à l'échelle de la ville se manifestent par la privatisation de l'espace public, telle que la résidentialisation ou la mainmise totalitaire des espaces visuels, mais également par une hypersécurisation, où l'État, pour contrôler la population, fait en sorte qu'on ne soit plus dans l'espace public, rendant ces espaces anonymes dans lesquels la reconnaissance mutuelle se perd. Enfin la patrimonialisation, qui dessine également des zones, vise à nourrir l'appétit touristique spectaculaire et à favoriser le phénomène de gentrification. Cette approche de l'espace public peut-être comprise au travers de la notion de spectacle telle qu'elle est énoncée par Guy Debord. On la retrouve tout d'abord dans l'idée d'un public incarné par les rôles qu'il endosse face à une représentation spectaculaire dans laquelle il s'identifie psychologiquement. Ceci l'ancre dans une quotidienneté contemplative et passive, le spectacle reposant sur la séparation entre le public et la chose contemplée et entre

les spectateurs eux-mêmes, instaurant une non-communication. Les rôles, créés par la société capitaliste et consentis par chacun, éloignent l'individu de ce qu'il veut être authentiquement. Le spectacle, via les médias mais également via l'urbanisme, standardise l'existence des individus et en contrôle la vie quotidienne, aboutissant à l'extrême aliénation. De plus, la société capitaliste mène à la perte de sens du travailleur, qui se retrouve séparé de son œuvre. Mais ce système atteint son paroxysme en faisant en sorte que la récompense ultime de ce travail consiste à consommer la marchandise produite. En outre, l'aliénation réside aussi dans la publicité, ces biens devenant des objets de contemplation. Le travail du designer graphique subit également l'emprise de la société, de son élaboration à sa diffusion. Ce système dispose de multiples stratégies pour contrôler les masses, tout d'abord en orientant leur désir, puis, après épuisement, en contrôlant leur pulsion. Ceci se fait par la captation du savoir, de l'attention et la saturation des sens. L'idée est de maintenir les individus dans un état de subsistance. Mais le contrôle de la population s'effectue également au sein du système politique. Il apparaît en effet que la démocratie actuelle dépolitise, désengage et infantilise les citoyens, ou devrait-on dire les électeurs, faute d'autonomie. Étienne Chouard expose donc point par point les limites et les vices de ce système, dans lequel les représentants constituent les « pires » gouvernants, instaurant une ploutocratie, et mettant donc en péril la recherche du bien commun.

III - LA RÉAPPROPRIATION DE L'ESPACE PUBLIC

1/Un design social

Pour une démocratie participative : habiter la ville

Étienne Chouard, pour favoriser la dynamique citoyenne de réappropriation de l'espace public, propose une démocratie basée sur le tirage au sort⁽¹⁾. Cette politique fondée sur la recherche du bien commun permettrait de tirer au sort des représentants, afin d'éviter les vices contenus dans la démocratie actuelle, de respecter l'égalité politique entre les citoyens et de leur restituer toute leur autonomie, leur assurant de produire eux-mêmes le droit auxquels ils consentent à obéir. Ce système encourage et responsabilise afin de

servir le bien commun. Le mensonge et la tromperie seront largement diminués car ils ne permettront pas d'accéder au pouvoir, la quête de supériorité éloignant les candidats de la recherche du bien commun au profit d'une compétition entre partis ; partis qui n'existeraient alors plus dans une démocratie participative. De même, le tirage au sort produit des égaux, favorisant l'humilité et non le désir de supériorité. Enfin, c'est une procédure incorruptible, car les élus ne doivent rien à quiconque.

Le cadre actuel, celui contre lequel s'érige Étienne Chouard, pose donc la question de la **légitimité**. La légitimité du pouvoir en place l'est par le vote, mais nous venons de voir que celui-ci dépolitisait plus qu'il n'engageait et, plus pernicieux encore, manipulait l'opinion publique afin de maintenir cette **oligarchie**. Or si le débat ne peut pas avoir lieu, faute de réelles conditions pour qu'il prenne forme, alors cette légitimité perd son sens. Une autre émerge par réaction à celle « établie », puisée dans la démocratie directe ainsi que dans des pratiques réflexives et contre-hégémoniques : celle du peuple. Elle se manifeste par une réappropriation de l'espace public, sous différentes formes. Légalement d'une part, par des mouvements sociaux ou la circulation d'opinions alternatives via des médias indépendants, mais également par des actes de désobéissance civile, comme nous pouvons le voir au travers d'artistes, parmi lesquels figurent le collectif *Oficina Arara* par exemple⁽²⁾, ou l'artiste Jordan Seiler, dans son approche à l'art urbain⁽³⁾.

En ce qui concerne les mouvements sociaux, *Nuit Debout* paraît être un exemple pertinent. Il a émergé en mars 2016 suite à une manifestation contre la loi travail et s'est élargi par la suite à la contestation globale des institutions

politiques et du système économique. Se déroulant sur des places publiques partout en France, ce mouvement visait à une convergence des luttes dont les prises de décisions se faisaient par consensus lors d'assemblées générales (démocratie directe et participative). Les espaces publics ont donc été le lieu privilégié du débat politique et de la circulation des opinions privées alors rendues publiques. Grâce aux réseaux sociaux construisant une véritable cyberdémocratie, les débats politiques « traditionnels » *in situ* ont eu une portée ubiquitaire. Ils ont permis la diffusion de la contestation afin de l'étendre à l'ensemble du territoire national et l'accès aux informations concernant le mouvement.

Nuit Debout n'a pas eu de portée révolutionnaire tangible, mais a permis à chacun de faire l'expérience d'une démocratie directe, de rencontres, d'échanges, et d'une réelle implication politique et citoyenne.

De nouvelles règles nécessaires à la communication se mettent en place, avec des codes spécifiques et des pratiques adaptées (ex: claquements de doigts pour applaudir), afin d'éviter les débordements. Il faut également garantir une discussion qui tienne compte de l'altérité afin de réaliser de l'en-commun, vu par Hannah Arendt comme « ce qui engage chacun vis-à-vis de l'autre, sans jamais se le subordonner »⁽⁴⁾.

Dans ce contexte, on pourrait imaginer un graphisme s'inspirant des pratiques des gens, afin de fluidifier la communication (pris dans sa définition globale⁽⁵⁾), de donner des outils au partage, à l'expression. Ce graphisme se positionnerai -tout comme ce type de mouvement- en marge du graphisme institutionnel et marchand. Il serait donc là pour accompagner le changement et la transmission des idées, et non pour donner des injonctions ou manipuler les esprits tel qu'il

apparaît aujourd'hui⁽⁶⁾.

Le collectif *Formes Vives* par exemple a mené un travail, revu et augmenté régulièrement, afin d'informer via une carte sur l'organisation de la ZAD (Zone à défendre) de Notre-Dame-des-Landes, au nord de Nantes. Les occupants visent à s'opposer à la création d'un aéroport nuisant à l'environnement, mais également à « profiter d'espaces laissés à l'abandon pour apprendre à vivre ensemble, à cultiver la terre, à être plus autonomes vis à vis du système capitaliste. »⁽⁷⁾

Le collectif *Forme Vive* a donc créé une carte graphique qui dessine les lieux de vies, les terres cultivées, le phare de la Rolandière, la bibliothèque, etc. Ceci permet d'informer sur les actions menées de manière visuelle, de situer l'évolution du projet au sein d'un espace, et de s'engager politiquement avec eux en faisant connaître leurs revendications. Ce graphisme soutient donc activement le fond de cette mobilisation citoyenne et politique en lui donnant une forme pour communiquer. Le graphisme s'engage et met en valeur, au travers d'un répertoire visuel coloré et riche, toute la vie qui se développe en autonomie et s'ancre dans un territoire pour défendre ses valeurs. Ils ont d'ailleurs repris le système graphique du blason qui, comme le rapporte Annick Lantenois dans son livre *Le vertige du funambule*, est un système cohérent de signes: « Le blason est une traduction symbolique de l'enracinement d'une collectivité dans la durée et dans le territoire. Il est l'une des manière de raconter l'histoire de la cité, lieu sédentaire, localisable, quantifiable, datable, comme une île dans le paysage⁽⁸⁾. »

On observe en effet dans les blasons représentés le rapport à la nature, mais également les raisons de leurs luttes. Ces éléments iconiques affirment leur identité,

parlent de l'organisation des hommes dans leur espace, et fédèrent les personnes qui se reconnaissent dans ces signes. Ils se placent donc comme une sorte de récit de leur lutte, de leurs convictions.

Ces initiatives se retrouvent donc sur un point essentiel : celui de vouloir changer le système mis en place au travers d'une communication collective, afin de se réapproprier leurs existences et leur environnement, faire connaître leurs valeurs, et chercher des moyens de vivre ensemble de manière plus autonome vis-à-vis de la société actuelle, où « le pouvoir de quelques-uns s'oppose à l'appropriation de l'espace par tous », comme le dénonce Paul-Henry Chombard de Lauwe⁽⁹⁾.

Ce besoin de faire société peut être compris à la lumière de l'expression d'Aristote qui qualifie l'Homme d'« animal social »⁽¹⁰⁾, c'est à dire d'une existence qui se construit en relation avec d'autres existences. Cet « animal social » devient un « animal politique » avec la pensée de Hannah Arendt. Selon elle, l'organisation de la polis (la cité) se trouve partout où vivent les hommes. En effet, selon elle, « La politique prend naissance dans l'espace-qui-est-entre-les-hommes, donc dans quelque chose de fondamentalement extérieur-à-l'homme.

Il n'existe donc pas une substance véritablement politique. La politique prend naissance dans l'espace intermédiaire et elle se constitue comme relation »⁽¹¹⁾. Ainsi, la politique est intimement liée à cette « gestion de l'espace » et à son appropriation dans les relations qu'elle implique.

Les nombreuses initiatives démontrent le regain citoyen pour une forme de politique, qui n'est plus seulement celle du vote mais celle du faire-ensemble, partout, et tout le temps.

L'expression d'« appropriation de l'espace » mérite toutefois d'être clarifiée, car c'est une expression à la fois omniprésente et polysémique, passant de l'idéal au matériel et de l'individuel au collectif. En outre, elle peut-être envisagée selon deux perspectives opposées: « d'un côté les registres de l'acquisition, de la prise de possession (attribution, détention ou usage exclusifs), souvent dénoncées comme accaparement, confiscation et dépossession d'autrui ; de l'autre les registres de l'exploration, de l'intériorisation, de la maîtrise de nouveaux espaces (ou de nouveaux usages), ou encore de l'adaptation de l'espace (ou de ses usages) à ses besoins, registres généralement loués en tant qu'accomplissement de soi, autonomisation voire émancipation.»⁽¹²⁾

Ceci reprend l'idée de Bourdieu, qui oppose l'appropriation matérielle (détention exclusive) et symbolique (perception, usage distinctif). Il appréhende l'espace physique en tant qu'espace social *réifié*, c'est-à-dire transformé en chose.

Avant ceci, à la suite de Hegel, Marx montre que l'appropriation s'oppose à l'aliénation. Elle permet en effet la réappropriation de soi (de l'essence humaine) par la *praxis*, le travail. « Par le travail, nous dit Karl Marx, l'être humain pose son existence en produisant les éléments de sa survie.»⁽¹³⁾ On peut dire que chez Marx, le travail est l'essence de l'homme, c'est-à-dire ce qui fait de lui ce qu'il est. Cependant, comme on l'a vu précédemment, avec la société capitaliste, le travailleur est dépossédé de son œuvre, le travail est alors aliéné. Il s'agit donc de se réapproprier la production collectivement, en l'opposant à une appropriation privative.

À l'instar de Marx, Lefebvre développe cette idée en l'appliquant à l'espace, notamment avec ses ouvrages sur la vie quotidienne, le rural et l'urbain, mais surtout dans *La production de l'espace*⁽¹⁴⁾. Selon lui, « d'un espace naturel modifié pour servir les besoins et les possibilités d'un groupe, on peut dire que ce groupe se l'approprie »⁽¹⁵⁾. L'appropriation de l'espace donne du contenu à l'« habiter » comme adaptation par le groupe familial puis comme œuvre dans la réappropriation collective de la ville. Thierry Paquot, dans la distinction qu'il fait entre *Habitat*, *habitation*, *habiter*, cite le philosophe Martin Heidegger qui définit le fait qu'habiter est « être-présent-au-monde-et-à-autrui »⁽¹⁶⁾. Habiter permet donc l'émancipation individuelle et collective, au travers d'une appropriation de l'espace. L'envie et le besoin de retrouver une participation de la part des habitants au sein des villes, afin de contrer les formes d'appropriations actuelles -qui excluent et renforcent les inégalités sociales-, amènent le versant positif du « vivre ensemble », d'une appropriation qui permettrait à chacun, notamment dans les catégories populaires, d'avoir une place, tout en s'impliquant collectivement.

Dans cette optique-là, Vincent Perrottet a développé le projet *On peut rêver* dans le quartier de Frais Vallon à Marseille, afin de produire un travail graphique qui puisse faire réfléchir sur la vie de ce quartier, et permette aux habitants de s'exprimer. Pendant une année, il a travaillé avec des habitants de tous âges et des membres associatifs qui se battent pour que la cité vive malgré des conditions difficiles (14 bâtiments et toujours pas de noms de rue, 6000 habitants, mais pas

de bibliothèque, ni de cinéma etc.). Vincent Perrottet a fait une série d'images-affiches, qui dressent un portrait de Frais Vallon au travers de 24 personnes y vivant ou y intervenant quotidiennement, additionné à des textes qui relatent les problèmes et les espérances de celles-ci. « Il y avait la volonté de traduire dans ces portraits la force et la beauté qui se trouve dans la résistance de celles et de ceux qui ne se résignent pas à vivre indéfiniment dans des quartiers dits sensibles ou difficiles, qui croient qu'il est possible de se battre et de changer les conditions de cette vie. »⁽¹⁷⁾

Le design graphique permet alors de recréer du lien, de faire émerger la voix du peuple, de rétablir un dialogue. Mais il peut également, par la transmission des outils et des savoirs-faire, donner les clefs pour s'appropriier collectivement son environnement.

2/Un design organique

Les arts appliqués à la vie

Cette idée reprend la pensée d'Antonio Gramsci, philosophe communiste italien, dans son étude concernant l'*Intellectuel organique*. L'intellectuel est organique parce qu'il est, directement ou indirectement, inscrit dans une organisation, elle-même liée à un groupe social donné. Un intellectuel doit travailler sur lui-même pour gommer sa propre sensibilité, et s'approprier celle des « masses ». Ceci questionne le rôle des intellectuels dans la société. Selon lui, « Tous les Hommes sont des intellectuels, mais tous n'ont

pas la fonction sociale d'intellectuels»⁽¹⁸⁾. On est là aux antipodes de la figure contemporaine du « grand écrivain », de l'artiste « de génie » qui vise à imposer son monde original dans lequel les autres doivent rentrer. L'intellectuel organique tend à organiser en fonction du peuple et à en exprimer l'âme collective. Lorsque Hegel expose sa théorie de la mort de l'Art : « l'art est et demeure du point de vue de sa plus haute destination quelque chose de passé »⁽¹⁹⁾, cela ne signifie pas que l'art est mort, mais que l'artiste se conçoit comme quelqu'un qui n'est plus organiquement lié à la collectivité, qui n'exprime plus à travers son œuvre la valeur de celle-ci. L'artiste organique n'a pas besoin de revendiquer la paternité de l'expression qu'il transmet, car il crée pour donner forme à des croyances, des valeurs collectives et partagées. Vu sous l'angle du design graphique, il s'agirait alors de le penser comme étant une production qui exprime ce que veut la population, qui émane de la base, qui se veut juste et qui s'implique dans l'organisation des pratiques sociales au sein de l'espace public. En effet, selon la thèse situationniste, « La révolution sera aussi la création perpétuelle de signes qui appartiennent à tous. »⁽²⁰⁾

Catherine Jourdan, géographe de métier, psychanalyste et artiste, s'inscrit dans cette démarche.

Au travers d'une co-conception avec les habitants, elle donne les clefs pour appréhender la manière dont est vécu l'espace par les habitants eux-mêmes, en créant avec eux des cartes subjectives.⁽²¹⁾ Ceci peut apparaître comme étant un pléonasme, mais, en réalité, la subjectivité de toute autre carte ne se retrouve que du point de vue des personnes « qualifiées » pour l'écrire, la dessiner, sans vraiment tenir compte de toute la

sensibilité et de l'humanité qui habite, et donc qui fait, éprouve et organise ces espaces. Ce travail, par la vulgarisation et la démocratisation de cette pratique, questionne l'espace urbain et en particulier l'espace public à travers une géographie sensible, singulière et collective et vise à la rendre publique par le biais d'une carte papier. Cette carte raconte à soi et aux autres « nos » chemins, « notre » ville, « nos » entours; elle parle de soi et de l'autre, dit et imagine le commun. Ces cartes, une fois affichées dans l'espace public, suscitent un débat informel sur la ville et la place tenue par chacun en son sein. C'est une invitation à dire son parcours, à projeter sa représentation du commun et à déconstruire certaines évidences. Elles interrogent donc les concepts d'identité, de territoire, d'espace public et privé. L'enjeu, c'est de réfléchir à l'espace public et à son rôle dans la société contemporaine d'espace partagé, vécu et imaginé en commun, qui appartient avant tout à ceux qui le vivent et qui devraient donc pouvoir aussi le penser et le dessiner.

Dans cette même visée, Ruedi et Véra Baur travaillent sur ce thème au travers d'un design civique et d'une esthétique sociale.

Ils repensent le design graphique non pas comme étant soumis aux stratégies dominantes du marketing, du branding et de la publicité, mais au travers de la question du potentiel social de cette approche créative qui revendique pourtant selon eux « humanisme et préoccupation de l'utilisateur »⁽²²⁾. Le terme de design est en effet aujourd'hui banalisé et ne laisse pas toujours entrevoir sa dimension sociale. Il peut dans certain cas apparaître comme étant incivique ou asocial, mais peut aussi prendre la forme d'un design civique et d'un design

de relation. Il ressort de leur étude que les institutions publiques génèrent une communication souvent trop autoritaire et artificielle par rapport à la complexité de la réalité. Le projet mené par Ruedi Baur et Thibault Fourier à Nègrepelisse au centre d'art *La Cuisine* vise donc à réfléchir aux interactions possibles entre la création et la cité, au travers du quotidien.⁽²³⁾ Par une *création-située*, ils cherchent à accompagner la création contemporaine sur ce territoire en privilégiant une approche contextuelle, c'est-à-dire en appelant à des processus de coopération qui visent à refondre la place de l'art dans la société. Il s'agit ainsi d'expérimenter les effets de l'implication d'une création-située. Ces projets artistiques prennent donc part dans le quotidien des habitants, au sein de l'espace public, et questionnent la situation territoriale, tant dans sa dimension organisationnelle, économique, sociale ou politique. Cette recherche s'articule autour de la sémiotique contemporaine de l'inscription publique mais également sur les questions identitaires relatives à une « poétique de l'écrit » à l'échelle de la ville de Nègrepelisse. Ruedi Baur explique que « ce travail prend appui sur une approche civique consistant à aborder tout récepteur mais également tout émetteur comme un citoyen digne et responsable qui se trouve ainsi au centre de ces propositions : il ne s'agit pas seulement d'imaginer des solutions abouties mais de mettre en œuvre une culture durable et partagée de l'écrit où chacun peut prendre une part active.⁽²⁴⁾ »

Il s'agit donc dans ce projet de transmettre aux citoyens les outils pour une réappropriation des signes du quotidien vus et vécus dans l'espace public. Actuellement, les signes graphiques éprouvés chaque jours dans les villes ne reflètent pas l'humain ; ce sont d'avantage les citoyens qui doivent s'adapter à ceux-ci, que les signes

ne s'adaptent à eux. Ceci rejoint la pensée de Kroll au sujet de la création des rues et des places : ce sont les gens, par leur rencontre, qui activent l'espace public. Il en est de même avec les signes visuels. Ruedi Baur pense donc que les signes graphiques peuvent gagner en cohérence, devenir agréables, créatifs, poétiques, surprendre et faire sens. Ceci peut être rapproché également de la conception de Jacques Dewitte, pour qui l'ornement apporte un supplément d'être, n'apparaissant pas comme un moyen second, mais comme l'origine inhérente au développement de l'être lui permettant de s'approprier son environnement.⁽²⁵⁾

Il s'agirait alors de soigner la qualité de la relation entre l'expression de cette inscription et son environnement, sur lequel elle agit de manière subtile.

La ville doit aller au-delà de l'aspect purement fonctionnel et rationnel, et contribuer au bien-être de ceux qui y vivent, y travaillent, parcourent ces espaces publics. L'intention pour le projet *Civic City* est donc « de démontrer la justesse d'une utopie de proximité réalisable. Celle d'un espace urbain dans lequel l'écrit se trouverait élaboré *in situ*, soigné aussi bien par la langue que par la calligraphie. Un territoire dans lequel les jardiniers de l'écrit, citoyens de Nègrepelisse, se retrouveraient pour partager leurs connaissances et expérimenter le quotidien. »⁽²⁶⁾

Cette traduction d'un design appliqué à la vie, d'un design organique, dont les quelques graphistes présentés ont pu en montrer les lignes directrices, tend aujourd'hui à se populariser, la quête de sens se faisant de plus en plus forte. Le graphiste interviendrait en tant que médiateur, dont les productions collectives émaneraient *de, par et*

pour la vie, afin de recréer du dialogue entre les gens eux-mêmes et avec leur environnement.

Cependant, on s'aperçoit qu'aujourd'hui l'histoire s'accélère, et que la mobilité grandissante fait qu'il y a de moins en moins d'enracinement local, et donc que les gens n'appartiennent peu ou prou à des groupes. Tous ces projets se développent sur des territoires géographiques délimités, à échelle locale. La question de l'échelle et du territoire se pose. Il apparaît que les actions engagées se retrouvent généralement à l'échelle d'un quartier, à une échelle locale avec un territoire assez court.

Parallèlement, dans cette recherche d'autonomie et de réappropriation de son existence, se développent des outils de partage, d'échange et de création : les *Fab Labs*⁽²⁷⁾, mais également l'accès aux ressources *Open Source*. Ces outils parviennent à dépasser les contraintes de l'espace physique dont le domaine d'action est restreint et favorisent la création d'un large tissu relationnel et technique. Ils permettent à chacun de se réapproprier des outils idéels et matériels, constituant une approche organique de la société, où le collectif et l'amateur sont les piliers pour un changement politique certain (du grec *politikos*, de la cité) . Selon Jean-Pierre Saez, « le modèle *open source* est fondé sur l'idée que nous ne sommes plus dans une société de producteurs et de consommateurs mais dans une société d'amateurs »⁽²⁸⁾. De même, pour Bernard Stiegler, ces outils sont un bon moyen pour contourner l'hégémonie du capitalisme qui fait régresser nos sociétés. Il s'agit pour lui de « passer d'une société de consommation à une économie de la contribution, qui aurait pour pilier la révolution numérique. »⁽²⁹⁾ Pour lui, l'**individuation** psychique est inséparable de l'individuation collective

et de l'individuation technique. La société industrielle doit selon lui cesser de se tourner vers le capital pour se tourner vers l'humain. Il s'agit alors de reconstruire progressivement les savoirs et les saveurs. « C'est le travail de l'artiste, c'est de la création et de la technique. L'artiste doit être un technicien. »

La plateforme d'échange qu'offre internet, mais également les espaces tels que les *FabLabs*, favorise l'émancipation de chacun, pris dans une collectivité générant un réseau. Selon lui, chaque individu a besoin d'ouvrir une discussion avec la vie, parce que plus rien ne se fera sans une volonté indépendante des pouvoirs. Les citoyens doivent donc viser une émancipation pour parvenir à prendre soin du monde. Jacques Rancière dans *Le spectateur émancipé*⁽³⁰⁾ montre également la capacité du peuple à devenir acteur du changement. Il fait un pas de côté par rapport au concept philosophique « celui qui voit ne sait pas voir », concept qui a été pris pour modèle de la caverne platonicienne à la dénonciation de la société du spectacle. Il développe une réflexion autour du système politique et montre que la question du spectateur (en référence à Guy Debord) est au centre de la discussion sur les rapports entre art et politique. En effet, le spectateur est vu comme un « être passif qui ne pense pas, n'analyse pas et ne sait pas vraiment voir ce qu'il voit⁽³¹⁾ ». Rancière émet une critique de cette vision du public vu comme une masse passive, qui s'identifierait inéluctablement aux choses qu'il voit. Pour Rancière, « voir n'est pas le contraire d'agir et de comprendre.⁽³²⁾ » Le spectateur ne reste pas inactif, mais critique, compare, relie et compose sa propre réflexion avec ce qui se tient devant lui. Il n'y a donc pas d'un côté ceux qui savent et de l'autre, ceux

qui subissent, ingurgitant bêtement les images de ceux qui les réfléchissent. Pour lui, il y a une égalité devant le partage du sensible, et « un art critique est un art qui sait que son effet politique passe par la distance esthétique. Il sait que cet effet ne peut être garanti, qu'il comporte toujours une part d'indécidable.⁽³³⁾»

Une participation active, dans laquelle les individus parviennent à s'émanciper, à recréer du lien entre eux mais également avec leur environnement permet alors de repenser une société plus humaine. Par la réappropriation des signes, des moyens et des espaces (tant symboliques que physiques), un nouveau champ des possibles émerge. Par une participation démocratique, le designer graphique peut accompagner de manière organique ce changement, et participer à la réappropriation citoyenne de l'espace public. Cette appropriation des espaces peut également se faire au travers d'un univers favorisant l'imaginaire et de l'émerveillement.

3/Une réappropriation de l'espace public

*L'imaginaire et l'émerveillement :
transcender le quotidien*

Poser la question de l'appropriation, c'est déjà occuper l'espace, s'y questionner à l'intérieur. Selon George Perec, « le problème n'est pas d'inventer l'espace, encore moins de le réinventer, mais de l'interroger, ou, plus simplement encore, de le lire car ce que nous appelons quotidienneté n'est pas évidence, mais opacité: une forme de cécité, une manière d'anesthésie.⁽³⁴⁾ »

Ce constat est en effet repris par Vincent Perrottet, au sujet des images que l'on croise quotidiennement mais que l'on ne voit plus, comme si nous faisons de l'« apnée visuelle ». On les évite presque, il semble qu'elles n'ont pas le pouvoir de nous impressionner intelligemment, sensiblement. Dans ce contexte-là, il s'agit alors de proposer des alternatives visuelles, de créer des espaces permettant de générer la réflexion, de toucher le sensible, de rendre l'espace critique, politique. Il s'agit d'ouvrir sur l'imaginaire, le merveilleux, afin de retrouver de la trans-fonctionnalité, comme l'énonce Henry Lefebvre⁽³⁵⁾. Cette notion, qui est à rapprocher du « supra-fonctionnel », correspond à la fonction « ludique » nécessaire au bien-être de la société urbaine. Il s'agit de dépasser la quotidienneté en « intensifiant son rendement vital » pour atteindre une pleine « jouissance » de la vie quotidienne libérée. Le suprafonctionnel est fondé davantage sur les désirs que sur de prétendus besoins codifiés. De nombreux artistes d'art urbain s'intéressent à ceci, à ré-enchanter le quotidien au travers d'œuvres qui viennent réveiller les sens. Des acteurs du changement, tels que l'association *Juste Ici* qui organise le festival *Bien Urbain* à Besançon, contribuent à faire évoluer notre perception de l'espace public, de notre quotidien, mais également à avoir une vision critique sur ce qui nous entoure. Cette association invite des artistes afin de créer des « Parcours artistiques dans (et avec) l'espace public »⁽³⁶⁾. Ils ont notamment invité l'artiste Jordan Seiler, qui, au travers d'une pratique riche et percutante, questionne son environnement et vise une réappropriation personnelle et collective de l'espace public⁽³⁷⁾. Thierry Paquot partage cette vision. L'intervention d'artistes de rue ou dans le cadre d'un festival change la perception de certains éléments de la

voirie. Ils inventent, comme le dirait Hannah Arendt, un « en-commun ». Ces fêtes en ville, qui revêtent toujours des allures transgressives, recréent un espace public où la critique sociale et politique, la satire, l'humour généralement surréaliste prennent place temporairement, et détournent les usages habituels.

Pour rompre avec la quotidienneté, il s'agit de créer l'*acte d'attention*, comme le suggèrent les surréalistes. Selon eux, la perception routinière « défigure le monde et l'acte d'attention permet de voir à nouveau ce que nous ne voyons plus.⁽³⁸⁾ » Le merveilleux émerge donc par un changement de regard sur l'espace, de la force de l'évidence. On pourrait alors citer de nombreux artistes de rue, intervenant à plus ou moins grande échelle, tels que Ox, Malte Martin, Vermibus, Daniel Munoz, Thom-Thom, Wasted Rita, Ernest-Pignon-Ernest... Mais également une multitude d'anonymes ! Ceci peut également être mis en œuvre via les nouvelles technologies, afin d'ouvrir de nouvelles perspectives, en superposant l'espace numérique à l'espace présentiel.

Au-delà de créer l'acte d'attention, l'art peut, à l'instar du théâtre brechtien, « démontrer le caractère infondé de la conventionnalité des modes de vie de chaque jour.⁽³⁹⁾ » Il s'agirait alors de montrer les incohérences liées à l'espace public, afin de « pousser » les personnes à sortir de leur rôle, des archétypes dominants intégrés, tout du moins à créer des situations dans lesquelles le « spectateur » remet en question son environnement (tant dans l'aménagement que dans ses déplacements), et sa relation aux autres dans celui-ci.

Dans son association *Genre et Ville* présentée comme un *think tank* et *do tank*, Chris Blache travaille notamment sur la place des femmes dans l'espace public. Il apparaît que les femmes n'occupent pas l'espace public, mais s'occupent dans l'espace en étant dans un système de fonctions (courses, enfant...). Le travail réalisé dans l'association consiste donc à sensibiliser sur le terrain. Il repose sur la manière de vivre l'espace public, et invite à faire des marches dans l'espace public telles que des marches sensibles, regarder, sentir, redécouvrir son quartier. Les participants appréhendent ce qui va comme ce qui ne va pas, pourquoi ils aiment passer à un endroit plutôt qu'à un autre etc. Ils s'adonnent également à des jeux de rôle consistant à jouer quelqu'un d'autre, changer de sexe, d'âge etc. Ceci vise une réappropriation de l'espace public ensemble et puis individuellement. ⁽⁴⁰⁾

D'autre part, Lefebvre préconise de faire vivre l'espace public par le jeu. En effet, « le jeu [...] est multiforme et multiple. Loisir et jeu ne se recouvrent pas exactement. Ne serait-ce pas le jeu qui parachève et couronne la sociabilité ? [...] Le jeu ne correspond à aucun besoin élémentaire, encore qu'il les présuppose tous. Il correspond à des désirs affinis et différenciés, selon les individus et les groupes, désirs qui tuent vite la monotonie et l'absence de possibilités » ⁽⁴¹⁾ Le jeu permet donc de sans-cesse réinventer les règles, de sortir du cadre, de nouer des sociabilités, de changer de regard sur le monde mais également de transcender la réalité, en s'extirpant de l'existence parfois contraignante, il aide à baisser les armes et ôter les masques.

D'autre part, les ZAT (Zones Artistiques Temporaires), constituent une approche de l'espace urbain différente

de celles éprouvée quotidiennement. Elles constituent un « grand projet artistique populaire, [...] dont l'objectif est d'explorer la ville [...] et de la mettre en récit, d'enrichir et d'intensifier l'expérience urbaine, avec les artistes et les habitants.⁽⁴²⁾ » La ville se métamorphose, se poétise et se révèle autrement, l'espace de quelques jours, au travers d'un panel d'interventions éclectiques, surprenantes et décalées. C'est également un moyen de toucher toute la population. Elle est diversifiée, tant sur le plan social, générationnel que territorial, et atteint également ceux qui n'osent pas rentrer dans les théâtres et les musées, faute d'argent, ou du sentiment que ces lieux ne sont pas fait pour eux. Pour Pascal Le Brun-Cordier, « l'espace public c'est l'espace de la démocratie, de la pluralité des discours et des usages. C'est un espace qui doit être conflictuel. »⁽⁴³⁾

Parking Day par exemple est un événement mondial ouvert à tous, et mobilise citoyens, artistes, **activistes** pour transformer temporairement des places de parking en espaces végétalisés, artistiques et conviviaux. Durant une journée, les participants peuvent occuper une place de parking afin de développer un projet pour la réappropriation de l'espace public. La place de parking apparaît alors comme une zone artistique temporaire, une brèche dans le temps, où cet espace, pour un moment, laisse entrevoir un espace public plus démocratique, partagé et créatif.

Mais l'espace public est aussi un véritable théâtre en plein air : du jongleur à l'accordéoniste, en passant par les vendeurs de roses, toute cette effervescence (bien que parfois sanctionnée par la police) rend la ville incarnée, charnelle, humaine, et crée sur notre parcours surprise et émerveillement.

Selon T. Paquot, le mouvement est une sorte de sixième sens complétant les cinq autres, et c'est notamment dans la rue que nous en éprouvons l'ampleur. Dans une analyse de différentes villes, des sociologues mettent en avant la polyfonctionnalité de l'animation dans la vie citadine (discuter, manger, lire, travailler...). C'est un territoire à la fois personnel et collectif, privé et public, un morceau de chez soi, 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 donc 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. S'ils prenaient davantage ces pratiques en compte, les aménagements seraient certainement moins standardisés ou inhospitaliers.⁽⁴⁴⁾

L'espace public -correspondant au débat public- et les espaces publics -lieux partagés et ouverts, bien que réglementés et parfois surveillés- s'entremêlent donc dans une citoyenneté active. Il est difficile d'être exhaustif sur les manières de pratiquer *la* ville, d'instituer *de* la ville, mais, si on ouvre l'œil, on peut s'émerveiller à tout instant.

Notes

- (1) Étienne Chouard, *Sommes-nous en démocratie?*, édité par la Relève et la Peste, Montreuil, 2017 p.11 à 24
- (2) Cf Rapport de stage
- (3) Cf Art, techniques et civilisations
- (4) Cf Partie I
- (5) Cf Fiche de Lecture
- (6) Cf Fiche Technique
- (7) Propos énoncé par un zadiste, URL : <https://zad.nadir.org/>, consulté le 15/02/2018
- (8) Annick Lantenois, *Le Vertige du funambule*. Le Design Graphique, entre économie et morale, Paris, édition B 42, 2013 [2010], p. 15-17
- (9) Fabrice Ripoll et Vincent Veschambre, *Appropriation (de l'espace)*, URL : <http://www.hypergeo.eu/spip.php?article602#>, dernière consultation le 15/02/2018
- (10) par Gauthier Malulu Lock, Faculté de Philosophie saint Pierre Canisius. Kimwenza-Kinshasa, Graduat en Philosophie 1999 *La coexistence humaine et participation politique du citoyen. Une réévaluation de l'espace politique avec Hannah Arendt*, https://www.memoireonline.com/01/07/320/m_coexistence-humaine-participation-politique-citoyen4.html, consulté le 15/02/2018
- (11) Hannah Arendt, 1995 *Qu'est-*

- ce que la politique ?* Munich, Seuil [collection de textes écrits entre 1956 et 1959, regroupés une première fois dans Was ist Politik? Munich, Piper, 1993], expliqué par Bernard Debarbieux, « Les spatialités dans l'œuvre d'Hannah Arendt », *Cyberge* : European Journal of Geography [En ligne], Epistémologie, Histoire de la Géographie, Didactique, document 672, mis en ligne le 02 avril 2014, consulté le 16 février 2018. URL : <http://journals.openedition.org/cyberge/26277> ; DOI : 10.4000/cyberge.26277
- (12) Fabrice Ripoll et Vincent Veschambre, *Appropriation (de l'espace)*, URL : <http://www.hypergeo.eu/spip.php?article602#>, dernière consultation le 15/02/2018
- (13) Jean Jacques Cadet, *Travail aliéné chez Karl Marx: un sujet « désobjectivé » dans des processus d'objectivation*», Journée des doctorants de l'ED 31, 2014, « Au travail! », URL : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01528561/document>
- (14) Henri Lefebvre, *La production de l'espace*, L'Homme et la société, 1974
- (15) Lefebvre, 2000, p. 192, cité par Fabrice Ripoll et Vincent Veschambre, *Appropriation (de l'espace)*, URL : <http://www.hypergeo.eu/spip.php?article602#>, dernière consultation le 15/02/2018

- (16) Paquot, Thierry. *Habitat, habitation, habiter. Ce que parler veut dire...*, Informations sociales, vol. 123, no. 3, 2005, pp. 48-54.
- (17) Vincent Perrottet, centre social Frais Vallon, URL : <http://www.centresocialfraisvallon.org/?p=1>, consulté le 20/02/2018
- (18) Antonio Gramsci, *Problèmes de civilisation et de culture* [archive], sur Marxists Internet Archive, dernière consultation le 16/02/2018
- (19) Hegel, *Esthétique ou philosophie de l'art*, 1818-1829, URL : https://fr.wikipedia.org/wiki/Esth%C3%A9tique_ou_philosophie_de_l%27art
- (20) « Commentaires contre l'urbanisme », in I. S., n° 6, p. 35., URL : <https://inventin.lautre.net/livres/Vaneigem-Contre-l-Urbanisme.pdf>, consulté le 16/02/2018
- (21) Catherine Jourdan, *Géographie subjective*, Conception collaborative de cartes collectives, 2012, URL : <http://strabic.fr/Geographie-subjective-conception>, dernière consultation le 16/02/2018
- (22) Véra Baur, Ruedi Baur lors d'une conférence animé par Barbara Carnevali, *Projeter l'espace partagé : design civique et esthétique sociale*, 2017 URL : <https://enseignements-2017.ehess.fr/2017/ue/2020/>, dernière consultation le 15/02/2018
- (23) Ruedi Baur, Thibault Fourrier Exposition du 21 sept au 16 nov 2013 Médiathèque de Nègrepelisse, *Imaginer Nègrepelisse! Jardiner ensemble l'écrit de la ville*, URL : https://www.la-cuisine.fr/IMG/pdf/dp-civic_cityld.pdf, dernière consultation le 15/02/2018
- (24) Ruedi Baur, Thibault Fourrier Exposition du 21 sept au 16 nov 2013 Médiathèque de Nègrepelisse, *Imaginer Nègrepelisse! Jardiner ensemble l'écrit de la ville*, URL : https://www.la-cuisine.fr/IMG/pdf/dp-civic_cityld.pdf, dernière consultation le 15/02/2018
- L'exposition de Civic City revient sur les 4 phases des workshops menés avec les habitants de Nègrepelisse, de juin 2012 à septembre 2013, et propose d'imaginer la ville telle qu'elle pourrait être.
- (25) Cf Livret Art, Techniques et Civilisation
- (26) Ruedi Baur, lors du vernissage de l'exposition de Civic City « *Imaginer Nègrepelisse ! Jardiner ensemble l'écrit de La ville* », 21 septembre 2013, URL : <http://www.la-cuisine.fr/civic-city#.Wobm9eciFPY>, consulté le 16/02/2018
- (27) Cf Rapport de stage
- (28) Jean-Pierre Saez, *Un lien à*

recomposer Collection «Culture & Société» – Tome 1, 2008, p.171

(29) Bernerd Stiegler, *Le marketing détruit tous les outils du savoir*, 2012, URL : <https://www.bastamag.net/Bernard-Stiegler-Le-marketing>, consulté le 17/02/2018

(30) Jacques Rancière, *Le spectateur émancipé*, Editions La Fabrique, 2008
>> Cf Indexe

(31) Jacques Rancière , *Le spectateur émancipé*, Paris, La Fabrique, 2008, 145 p., lu par Martin Jalbert, URL : <https://www.ababord.org/Le-spectateur-emancipe>, consulté le 17/02/2018

(32) Jacques Rancière , *Le spectateur émancipé*, Paris, La Fabrique, 2008, 145 p., lu par Martin Jalbert, URL : <https://www.ababord.org/Le-spectateur-emancipe>, consulté le 17/02/2018

(33) Jacques Rancière , *Le spectateur émancipé*, Paris, La Fabrique, 2008, 145 p., lu par Martin Jalbert, URL : <https://www.ababord.org/Le-spectateur-emancipe>, consulté le 17/02/2018

(34) Georges Perrec, *Espèces d'espaces*, Galilée, réed. 2000, 1974

(35) Busquet Grégory, *Henri Lefebvre, les situationnistes et la dialectique monumentale. Du monument social au monument – spectacle*, L'Homme et la société, 2002/4 (n° 146), p. 41-60. DOI :

10.3917/lhs.146.0041. URL : <https://www.cairn.info/revue-l-homme-et-la-societe-2002-4-page-41.htm>, consulté le 15/02/2018

(36) Cf Livret Entretien

(37) Cf Livret Arts, Techniques et civilisations

(38) Sheringham Michael, *La notion du quotidien*, cycle de conférences données Frédéric Pousin, « Introduction », Strates 2013, URL : <http://journals.openedition.org/strates/6651>

(39) Henry Lefebvre, *Critique de la vie quotidienne*, L'Arche (trilogie) 1947,1961, 1981, URL : <http://dictionnaire.sensagent.leparisien.fr/Henri%20Lefebvre/fr-fr/> Dernière consultation le 17/02/2018

(40) Émission France Culture, *À qui appartient l'espace public ? Du Grain à moudre d'été* par Raphaël Bourgois et Emilie Chaudet (2016), dernière consultation le 17/02/2018

(41) Philippe Simay, *Une autre ville pour une autre vie. Henri Lefebvre et les situationnistes*, Métropoles [En ligne], 4 | 2008, mis en ligne le 18 décembre 2008, consulté le 17 février 2018. URL : <http://journals.openedition.org/metropoles/2902>

(42) Pascal Le Brun-Cordier : « nous avons d'emblée affirmé que les ZAT se développeraient dans toute la ville y compris dans les quartiers populaires » vendredi 11/11/2011 - mis à jour

le 05/04/2012 à 16h53, URL : <http://www.hautcourant.com/Pascal-Le-Brun-Cordier-nous-avons,1518>,
consulté le 17/02/2018

(43) Émission France Culture, *À qui appartient l'espace public ? Du Grain à moudre d'été* par Raphaël Bourgois et Emilie Chaudet (2016), dernière consultation le 17/02/2018

(44) Thierry Paquot, *L'espace public*, édition La Découverte, « Repères », 2009, pp. 98 à 104

Résumé

Le graphisme, compris dans un sens très large, comme une discipline qui n'est pas restreinte à un usage strict, à une pratique déterminée, et qui accepte les porosités entre plusieurs domaines, peut donc accompagner, à son échelle, une réappropriation de l'espace public. Sous la forme d'un design social, il participe à créer une démocratie participative, afin de rétablir du dialogue au sein de la cité, et d'habiter la ville. Le système actuel souffrant de corruption, et manipulant l'opinion public, mais également les désirs, ne permet pas de créer une vraie communication. Hors, la communication apparaît comme un des fondements du vivre ensemble dans l'espace public, et permet de jouir d'une légitimité dans l'exercice de la politique, une légitimité venant du peuple. Celle-ci, bridée, se manifeste alors via des outils alternatifs (physiques, symboliques et numériques). Il en ressort une réelle volonté de s'impliquer dans la vie politique (la vraie), mais également de créer des liens, d'échanger, de partager ; soutenu par un graphisme créant une communication collective, un espace de dialogue. Cette réappropriation de l'espace public est vue comme ce qui mène à l'accomplissement de soi, à l'autonomisation et à l'émancipation, au fait d'habiter et s'oppose donc à l'aliénation. Les arts, dits appliqués à l'industrie, deviennent alors appliqués à la vie, afin de créer un design organique. C'est un design de relation, faisant émerger une esthétique sociale. Il est organisé en fonction du peuple, et exprime l'âme collective. Chacun, pris collectivement, contribue alors à dessiner,

penser, et créer un nouvel espace public, plus sensible et créatif. Le quotidien ainsi que le territoire apparaissent comme des notions clefs, les enjeux étant de mieux les appréhender au travers des outils graphiques. D'autres dispositifs, favorisant l'autonomie et le partage pour une économie de la contribution, émergent et engagent une réappropriation par le faire : les Fab Labs et l'Open Source. Le spectateur, tel qu'il avait été décrit par Debord, est émancipé, est devient acteur. Cette réappropriation des espaces peut également se faire par l'imaginaire et l'émerveillement, afin de transcender le quotidien. Il s'agit alors de proposer des alternatives visuelles, de créer des espaces permettant de générer la réflexion et la conversation, de toucher le sensible, de rendre l'espace critique, politique.

Conclusion

Au travers de cette étude, on mesure l'importance de la communication, tant au niveau physique (les espaces publics) que symbolique (l'espace public). Elle recouvre des enjeux politiques et sociaux inhérents à la vie de la cité. L'espace public apparaît comme un miroir de notre société, dans les rapports qu'entretiennent les gens entre eux (l'en-commun), le rôle des images, des médias, la pratique de la politique, les relations publiques/privées et la circulation des biens, des gens, des idées, que l'on nomme donc communication. La ville apparaît comme un véritable écosystème. Cependant, on s'aperçoit que

celui-ci est menacé, et que la déliaison est amorcée. L'espace se fracture, tant dans sa dimension présenteielle que symbolique: il cesse d'être polyfonctionnel et de répondre aux besoins humains par une recherche du bien commun. La société du spectacle atteint son paroxysme, renforcée par un système ploutocratique basé sur la corruption et la manipulation de l'opinion publique qui vise à dépolitiser pour mieux contrôler. Pour contrer ces phénomènes, différents acteurs du changement se mobilisent, accompagnés par une pratique graphique radicale et alternative. Un design appliqué à la vie, organique, et prônant une réelle communication émerge, et laisse entrevoir une nouvelle manière de faire de la politique, par la réappropriation de l'espace public.

FICHE DE LECTURE

L'espace public de Thierry Paquot

FICHE DE LECTURE

Préambule	107
Introduction	109
I - LA FABRIQUE DES OPINIONS	111
II - JOURNAUX, SALONS, CAFÉS	115
III - « PRIVÉ » - « PUBLIC »	117
IV - DE LA VOIRIE AUX ESPACES PUBLICS	121
V - USAGES ET PRATIQUES DES ESPACES PUBLICS	123
Conclusion	125

Préambule

Afin de cerner au mieux l'enjeu actuel de l'«espace public», Thierry Paquot, philosophe et professeur à l'Institut d'Urbanisme de Paris, met en évidence dès l'introduction la distinction qu'il existe entre le singulier et le pluriel de la notion d'espace public et l'ancre dans les problématiques contemporaines de la communication. Ce texte dense nous éclaire sur cette notion et en montre toute la portée. Il se réfère entre autres à la thèse d'Habermas, dresse une géo-anthropologie de l'évolution des notions de domaine public et privé et poursuit par les usages et pratiques des espaces publics.

Introduction

Au singulier, l'espace public désigne la sphère du débat politique, la publicité des opinions privées, qui participent à la vie commune en devenant publiques. C'est une pratique démocratique formant une circulation de divers points de vue. Il ne comprend donc pas de limites géographiques ou territoriales.

Au pluriel, les espaces publics, depuis une trentaine d'années en France, correspondent au réseau viaire, c'est à dire à toutes les voies de circulation qui sont ouvertes au public. Ils sont physiques, localisés et délimités géographiquement. Ils se sont récemment étendus à des

lieux privés de types centres commerciaux et galeries marchandes et doivent être accessibles et gratuits.

Au-delà de ces différences majeures, ces deux termes recourent une même notion : la communication (lat. *communicare*, « être en relation avec »). On y retrouve l'idée de partage, de liaison, de relation, d'échange et de circulation. Les voies de communication se sont manifestées sous différentes formes, des chemins aux médias de masse (presse, affichage, radio, télévision etc.) en passant par la presse écrite ou encore le télégraphe. Peu à peu, le traitement de l'information s'homogénéise avec la standardisation des messages. Ce phénomène est facilité par le fort pouvoir économique du secteur médiatique et la confusion entre les supports et la publicité. Ceci a pour conséquence d'éteindre l'esprit critique au sein du public et valorise un comportement type du « récepteur » à la fois passif, plus ou moins indifférent et crédule.

Parallèlement, les médias alternatifs diffusés par des émetteurs contestataires, contrent, élaborent et diffusent d'autres messages. Ils s'érigent contre la « pensée unique » et ne sont pas soumis au contrôle économique-politique. La diversification des médias, avec internet notamment, permet d'échapper aux messages à interprétation unique, au « prêt-à-penser » imposé par les « communicateurs ». L'utilisateur évolue dans une communication pluridimensionnelle, une communication à deux étages (P. Lazarsfeld et E. Katz). La communication est donc évaluée par l'interlocuteur via différentes médiations, comme la médiation culturelle. Ces espaces de communication se mêlent et brouillent ainsi les limites entre privé et public (ex : le téléphone). La communication n'est donc plus linéaire avec émetteur-code-canal-message-recepteur comme

on le supposait, et demande d'être attentif à « ce qui transforme l'information, la déforme ou la parasite » (ex : propagande ou désinformation) mais aussi à ce qui est introduit « clandestinement » dans le message, comme par exemple les stimuli 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 d'altérité où « le soi éprouve l'autre. »

I - LA FABRIQUE DES OPINIONS

Selon la thèse de Jürgen Habermas, exposée dans *L'Espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise* (1962), l'espace public permet aux opinions privées d'être rendues publiques. Au XVIII^e siècle, ceci se nommait la publicité. Il comprend les salons, les clubs, les cafés, les journaux etc. Lorsque la presse devient dépendante de la réclame, c'est la fin d'un espace public.

Thierry Paquot analyse la pensée de cet auteur et en extrait les idées essentielles, de la genèse de « la sphère publique bourgeoise » à son déclin.

La genèse apparaît au xvii^e siècle avec le passage d'une économie de « maître de maison » à celle d'une « économie commerciale ». Les « structures sociales de la sphère publique » sont dominées par la famille bourgeoise, qui fait fonctionner ce marché et élabore l'opinion publique littéraire. Le public désigne les lecteurs, spectateurs ou encore les membres des clubs, salons etc. Les « fonctions politiques de la sphère publique » correspondent à l'élaboration des codes juridiques par les membres de la sphère publique, à la fois propriétaires et citoyens. L'État a seulement un rôle de surveillance, dans un contexte où il y a une rupture avec les privilèges et une prise en considération de la propriété individuelle, du libre échange, de la liberté d'entreprendre et de la concurrence. Il examine ensuite l'« opinion publique » et ses manifestations dans la sphère publique dans différents pays. Le « règne de l'opinion publique » apparaît comme la remise en question, et la non-soumission face à la légitimité du pouvoir absolu. C'est la recherche citoyenne de la vérité, de la raison et de la justice. Ceci passe notamment par la liberté de la presse. Kant souhaite que chaque individu soit publiciste de son opinion, et que les plus cultivés éduquent les citoyens qui le sont moins afin qu'ils puissent contribuer à l'opinion publique. Pour Marx, c'est une fausse publicité qui n'existe que pour satisfaire les intérêts bourgeois.

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 personnes « éduquées » d'assurer la publicité des opinions privés. Le journalisme de masse pousse à la consommation de l'événement et ne véhicule plus l'espace public. La presse joue avec l'émotion collective, rivalise avec les autres supports tels que la télévision, la radio ou internet. Habermas poursuit avec la démonstration de la construction d'une « nouvelle sphère publique » acceptant l'hégémonie d'une publicité manipulatrice et non plus principalement informative. Tout est soumis à la logique de la commercialisation, y compris celle des idées et principes. Il s'établit une propagande que les médias travestissent en « informations » ou en « publicité ». Cette transformation économique de la presse dépolitise le citoyen, devenu consommateur, le public devenant un ensemble homogène et indifférent de spectateurs. Les sensations prédominent sur la réflexion collective du devenir de leur Cité.

Enfin, au regard de cette démonstration historique, il conclut en revenant sur le terme d'« opinion publique », qui constitue un paradigme. Les « opinions non publiques » prolifèrent au détriment d'une « opinion publique », celle-ci apparaissant comme une fiction.

Dans cette évolution sociopolitique, il s'agit d'évaluer de manière empirique leur caractère plus ou moins public. Plusieurs auteurs ont réagi à la thèse d'Habermas ou ont enrichi son propos, critiques sur lesquelles il reviendra par la suite.

Comme le dit T. Paquot, « sa vision d'un public massifié sans capacité à s'opposer à son aliénation et finalement ravi d'être infantilisé, ne le satisfait plus ». Le public s'avère être critique et différencié, avec une

capacité de résistance. Il apparaît alors deux processus intervenant dans 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 ».

Mais les médias ont également un rôle ubiquitaire, favorisant les phénomènes de révolution déployées.

D'autre part, Habermas critique Richard Sennett, sociologue et historien américain né en 1943, car il l'accuse de transposer les traits de la sphère publique représentative dans la sphère publique bourgeoise, qui sont deux types de sphères distinctes.

Richard Sennett, influencé par Hannah Arendt, s'interroge sur les rôles que l'individu joue et qui réduisent, au lieu de l'accroître, l'en commun. « L'en commun est vu comme ce qui engage chacun vis-à-vis de l'autre, sans jamais se le subordonner. » R. Sennett 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 ».

II - JOURNAUX, SALONS, CAFÉS

Selon Habermas, l'espace public n'est pas géographique, il correspond à la publicité d'une conviction privée qui vient alimenter le débat collectif et participer à l'élaboration d'une opinion publique. Cet espace est véhiculé par les journaux, les salons ou encore les cafés. Dans un premier temps, T. Paquot en retrace l'histoire, ainsi que les caractéristiques qui font de ces espaces des vecteurs de publicité.

Au fil des années, la presse a pris différentes formes. Elle a servi tout d'abord à transmettre le « politiquement correct » des dominants (à partir de 1631), puis a émergé une presse indépendante ou encore spécialisée (siècle

des Lumières). Fin xvii^e, qu'elle soit clandestine ou tolérée, elle a participé à l'**urbanisation** des mœurs, et le journal est devenu un produit de masse (amélioration et baisse des coûts de fabrication etc.) qui homogénéise un univers mental en privilégiant les valeurs urbaines. Avec l'émergence des journalistes d'investigation, la presse fait, selon Robert Ezra Parck (1864-1944), la médiation entre le nouvel arrivant et la société dans laquelle il aspire à se fondre. Elle lui fournit les codes, le langage, et la culture (quitte à le manipuler quelque peu). À cette époque, au xx^e siècle, la presse n'est plus un « espace public », c'est à dire qu'elle n'offre plus la possibilité de se doter d'une opinion personnelle qui aide à se positionner vis-à-vis des autres, vis-à-vis de l'opinion publique. En Europe, avec l'exode, la presse contribue à la « modernisation du pays », voire à l'« américanisation » (centres commerciaux, autoroutes, *news*, franglais...). Au xix^e siècle, la presse écrite régresse. L'information passe par d'autres circuits en diversifiant les supports de communication, l'écrit n'est plus dominant. On entre dans un urbain diffus, comprenant plusieurs centres, avec un territoire vaste et englobant. Selon Habermas, l'espace public régresse au fur et à mesure que se développe les réseaux d'informations soutenus par une publicité, parfois discrète, mais souvent insistante. Les salons, qui sont également un moyen d'action sur l'opinion public, sont des lieux de rencontre entre des personnes d'horizons différents où s'énoncent les idées nouvelles. Entre la fin du xvii^e siècle et le début xix^e siècle, ils favorisent donc l'expression de points de vues contradictoires et délimitent finalement un espace démocratique. De même, du xvii^e au xix^e siècle, les cafés accueillent de nombreux changements décisifs. C'est une sorte de prolongement de l'habitat, un entre-deux, une

frontière entre la sphère publique et la sphère privée. Ils remplissent un rôle social, politique et culturel, et sont ouverts à tous. Ils assurent la circulation des idées, acceptent la tenue de réunions à caractère public, mais assurent également la promotion d'artistes. Aujourd'hui, le prix des boissons fait que les gens se rejoignent ailleurs. Les cafés ne sont donc plus les lieux privilégiés de sociabilité, de 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 dans un lieu gratuit et illimité : internet.

III - « PRIVÉ » - « PUBLIC »

T. Paquot nous livre ici une géo-anthropologie du domaine privé et du domaine public. De la Grèce antique à Rome, de l'Europe du Moyen-Âge aux Lumières mais aussi dans le Monde arabe et au Japon, l'auteur montre que le sens des termes *public*, *privé*, *intimité*, *commun* ou encore *collectif* se modifie profondément en fonction des langues, des cultures, des époques, des âges et des sexes. Ceci joue sur les relations, et surtout détermine en partie leurs usages.

En Grèce, la maisonnée fait le lien entre le privé et le public, avec une hiérarchie des pièces selon le degré

d'intimité entre les personnes y vivant et y venant. Cette imbrication est encore plus flagrante chez les romains. L'habillement par exemple rend public une part de privé (ex : la toge indique le rang, le statut ou la richesse), ce qui montre l'entremêlement de ces deux domaines, « qui jamais ne s'opposent et toujours s'associent ».

Au Moyen-Âge, au sein de la société bourgeoise ou de la maison de l'artisan, cohabitaient ensemble les apprentis et le maître ainsi que les domestiques et la famille, sans compter les hôtes de passage. Le domicile constituait alors une extension de la rue, mêlant 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 de l'« État-Nation » tandis qu'en parallèle, l'individu s'affirme. Au fil des années (du III^e au XIX^e siècle) émerge, selon Norbert Élias (1897-1990), « le processus de civilisation ». « C'est d'avantage une progression qu'un progrès, une transformation des mœurs et pas un rapport entre civilisé et non-civilisé. » Ce sont notamment l'émergence du respect de l'autre, des bonnes manières, de l'auto-contrôle de soi et l'« adoption d'un code social » qui illustrent le processus sous-jacent de la montée de 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'individu » apparaissant entre le XIII^e et le XVIII^e siècle, créent la démarcation entre ce qui devient le public et le privé. C'est lorsque la vie privée se confirme, que l'espace public habermassien décline et s'estompe. « Avec la modernité (environ de la moitié du XIX^e siècle à nos jours), de façon discontinue et inégale selon les classes sociales et la taille des villes, le « privé » ne se

préoccupe que de l'individu.» 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 Georg 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 «glocal», 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.

IV - DE LA VOIRIE AUX ESPACES PUBLICS

L'évolution de la relation public/privé participe inévitablement à l'évolution de la dimension spatiale de l'espace public, autrement dit des espaces publics. L'auteur illustre alors 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. Pumain, Paquot et Kleinshlager, dans le Dictionnaire *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 de l'enclave résidentielle n'est pas un espace public).

V-USAGES ET PRATIQUES DES ESPACES PUBLICS

Dans ce chapitre, T. Paquot dresse un état des lieux des usages et pratiques actuels des espaces publics, et dessine des pistes pour créer une nouvelle urbanité, tout en mettant en garde contre certaines dérives. Ce qui confère à un endroit sa dimension sociale et publique, c'est d'avantage l'activité pratiquée par un ensemble d'individus isolés ou en groupe à un moment donné, par cette activité elle-même qui fait « collectif », que son statut juridique. Ces lieux publics peuvent être l'école, le sentier de randonnée, le centre commercial, la brocante, etc. Ces espaces publics doivent être le sujet d'une théorisation afin de mieux discerner ce qui différencie ce terme de l'*espace public* et ce qui l'en rapproche : la

communication. Car en effet, le dénominateur commun de ces deux termes est la *liaison* (la voie relie, tout comme l'article de presse).

Cependant, les *lieux communs* deviennent de plus en plus limités en raison de la privatisation (affichée ou induite) de nombreuses rues et places. L'accessibilité et la gratuité sont mises à mal. 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 et d'évitements, perd également de plus en plus les cohésions sociales et culturelles. Le milieu urbain s'éparpille sans se préoccuper d'une quelconque cohérence territoriale. Selon T. Paquot, les « centres anciens se convertissent en lieux urbains à consommer de plus en plus semblables avec un air de déjà vu. La ville devient un spectacle de la ville rêvée, imaginée, vue sur internet ou dans les guides. Elle se standardise, se normalise, pour répondre à l'attente du tourisme urbain en développement. »

Certaines pratiques, telles que les spectacles de rue, en créant sur notre parcours surprise et émerveillement, permettent de recréer un en-commun. 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.

Hall en 1971 et W. H. Whyte en 1988 ont mené des recherches en psychologie de la perception engageant une réflexion sur les relations qui se trament entre environnement et comportement. Il a émergé 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 etc.).

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 *glocales*. »

Conclusion

L'*Homo Urbanus* vit entre la modernité (l'instantanéité est un pan de celle-ci) et l'éternité (préoccupations du corps et du sensoriel). La technologie transperce aujourd'hui autant l'être de l'individu que le social. Avec les nouvelles technologies de l'information et de la communication, ce n'est pas seulement la fin du public, mais le sentiment d'appartenance à un collectif qui conforte l'individualité de ses membres et non pas leur fusion. Afin de conserver la vie sociale de la rue, la flânerie ainsi que ses surprises, l'auteur recommande aux aménageurs de ménager plus que d'aménager, en

tenant compte des identités, des usages, des sensations des citoyens ainsi que de l'esthétique et de la temporalité des lieux. Il nous renvoie notamment aux pratiques du *new urbanism* ainsi qu'à divers exemples d'humanisation de la ville par un certain traitement de ses lieux.

ARTS, TECHNIQUES
& CIVILISATIONS

Des alternatives pour contrer la publicité

ARTS, TECHNIQUES & CIVILISATIONS

Introduction	133
I- HACKING DES ESPACES PUBLICITAIRES	139
II- UNE PRATIQUE COLLECTIVE	147
III- DU PRÉSENTIEL AU NUMÉRIQUE	153
Conclusion	159

Introduction

Si la publicité au sens large est aussi ancienne que le commerce lui-même, l'histoire de la publicité moderne a commencé en 1836 quand Émile de Girardin a publié dans son journal les premières annonces commerciales, marquant ainsi la fin de l'espace public⁽¹⁾ véhiculé par la presse. Depuis, elle a évolué de manière exponentielle et apparaît aujourd'hui comme le reflet de notre société capitaliste. Selon Annick Lantenois dans *Le vertige du funambule*, « la transformation du design graphique en emballage visuel vecteur de plus-value semble dater de la mise en place d'un capitalisme qui mobilise la

communication pour obtenir l'assentiment des masses (en temps de guerre comme en temps de paix) et fait appel au graphiste pour coordonner la forme visuelle avec le discours sous-jacent : il s'agit bien alors d'agir sur les désirs (Edward Bernays, Propaganda) et de les orienter en fonction du marché et dans des objectifs dits de marketing. »⁽²⁾ Martial Bouilliol montre en effet que la publicité est puissante et omniprésente, et analyse les stratégies que la société capitaliste met en place pour contrôler les désirs et les pulsions des consommateurs⁽³⁾ On est actuellement soumis à 2 000 messages par jour, comprenant les logos, affiches, spots, marques etc. La dépense publicitaire mondiale s'élève chaque année à 550 milliards de dollars.⁽⁴⁾

La publicité est ainsi responsable de notre addiction consumériste, par la propagande qu'elle opère. Elle pousse à l'extrême aliénation du public, dans le fait que les biens produits deviennent des objets de contemplation, achevant la production du spectacle comme contrôle total de la vie quotidienne.⁽⁵⁾

En réponse à cette publicité tapageuse, des artistes de rue, activistes pour la plupart, contrent ce phénomène en créant eux aussi un répertoire visuel riche et subversif afin de remettre en question l'hégémonie capitaliste au sein de l'espace public. Ce phénomène débute dans le contexte de métropolisation de l'après seconde guerre mondiale. Alors que de nouveaux supports publicitaires colonisent l'affichage urbain prenant alors des dimensions gigantesques, émerge un contre-mouvement, une contre-culture détournant la publicité mise en place : le *graffiti*. Les inscriptions existent depuis très longtemps, mais c'est l'apparition de la bombe aérosol dans les années 70-80 qui va leur permettre d'agir dans l'espace public de manière plus efficace.

Une logique *tribale* - pris dans le sens d'une recherche d'appartenance à un groupe social- les conduit à l'appropriation de l'espace public en réponse à l'urbanisation et à une société en mutation rapide dont ils se sentent exclus. Ces premières générations, à quelques exceptions près, n'entendent pas faire commerce de leur art, strictement lié à la contestation sociale et la performance artistique physique. Il s'agit d'un style de vie pour une génération désintéressée qui cherche à se réapproprier l'espace public et remet en cause la propriété privée. L'art de cette première génération graffiti est rapidement qualifié par le public et les autorités de «vandalisme», pour ses dégradations et sa dévalorisation du bien public. Selon la définition donnée par Réseau Arts3, «le street art est un art strictement visuel développé dans les espaces publics [...]. Le terme fait référence habituellement à l'art non-autorisé, non-conforme aux initiatives sponsorisées par un gouvernement. [...] Typiquement, le terme *street art* ou plus spécifiquement *post-graffiti* est utilisé pour distinguer l'art public contemporain du graffiti territorial - le *tag*-, du vandalisme ou de l'art corporatif.»⁽⁶⁾ Les artistes de rue tentent de faire en sorte que leurs œuvres communiquent avec le public sur des thèmes socialement pertinents en conservant un certain esthétisme, sans être emprisonné par ces mêmes valeurs. En agissant dans l'espace public, ils questionnent alors la place accordé à l'humain dans ces espaces apparaissant comme fragmentés et déshumanisés, mais également les éléments visuels qui y sont donnés à voir. Comme l'analyse Jacques Dewitte, l'ornement amène à l'objet un supplément d'être, «et c'est précisément parce qu'il y a cet accroissement d'être que l'ornement n'est pas un simple moyen second, quasi instrumental,

et qu'il est doué d'une valence ontologique⁽⁷⁾ propre ». ⁽⁸⁾
 L'ornement, dont l'étymologie latine vient de *ornare* signifiant « équiper, préparer », appliqué par exemple par un acte pictural ou graphique dans l'espace public, peut donc d'avantage être vu comme l'origine inhérente au développement de l'être, lui permettant de s'approprier son environnement. De même, selon André Leroi-Gouhran, « L'être humain recherche la vérité, certes. Mais il tend aussi vers le beau. Car l'être humain veut aménager l'espace à sa façon pour combler les aspirations de son esprit. Il ne peut vivre n'importe où, ni n'importe comment. Le beau est à la fois ce qui contente son esprit et ce qui satisfait son désir de bien vivre dans un environnement harmonieux. » ⁽⁹⁾

Les espaces publics, si ils sont dépouillés de toute sensibilité esthétique, et sont aménagés dans un but strictement fonctionnel non *par*, mais *par-dessus* la vie de la cité, alors l'être humain ne pourra pas bien vivre dans cet environnement.

D'autre part, l'urbaniste Rudolf D. Klöckner s'indigne du fait que « si peu de gens remettent en question l'aménagement de la ville et de l'espace public via la publicité, car c'est l'un des facteurs d'influence les plus importants de la ville. » ⁽¹⁰⁾

L'art apparaît comme un outil privilégié en faveur d'une réappropriation citoyenne de la ville, afin de recréer un environnement propice au développement tant individuel que collectif, et de repenser un écosystème urbain, aujourd'hui confisqué par la société marchande.

Jordan Seiler, artiste et **activiste** New-Yorkais, s'inscrit donc dans cette lignée d'artistes militants *anti-pub*. Il prône des espaces publics libérés de l'imagerie

commerciale en favorisant une revendication citoyenne qui vise une utilisation différente de l'espace public. Comment, au travers des outils graphiques, se réapproprie-t-il l'espace public et questionne son environnement ?

Nous verrons tout d'abord qu'il aborde cette question par des actions directes et marginales, en *hackant* notamment les espaces publicitaires, mais également en permettant à d'autres de le faire. Dans un second temps, nous nous intéresserons à sa démarche collective, qui vise à instaurer une interactivité avec le public par la pratique. Enfin, il crée des outils numériques dans le but de supplanter la publicité, l'espace présentiel laissant alors place à l'espace numérique.

I - HACKING DES ESPACES PUBLICITAIRES

La première approche pour contrer la publicité dans les espaces publics se manifeste donc par une pratique graphique radicale. Il œuvre en tant qu'*artiste*, explorant les questions se rapportant à l'espace public contemporain autour de la publicité et de l'art. Il écrit, réalise des œuvres d'art, parle, organise, programme et défend une utilisation plus démocratique des espaces publics partagés.

Armé d'actes de désobéissance civile, chaque projet entrepris tente donc de reconsidérer la fonction que les médias commerciaux ont dans nos vies publiques et de proposer une nouvelle vision des images dans l'espace

public. L'un de ses projets, *Yeah We Got Keys for That*, qui a débuté en 2013, consiste à produire et à distribuer à des artistes ou citoyens de différentes parties du monde des clés publicitaires gratuitement. Son idée principale est de donner aux gens les outils pour reprendre leur environnement visuel. Après avoir dressé un inventaire des différents modèles de clés de nombreuses villes du monde, il a publié un lien comprenant **les dessins 3D de chaque clef** pouvant être imprimé par qui veut. En faisant cette action, il pousse donc chaque individu à la désobéissance civile grâce aux outils graphiques actuels.

Lui-même intervient également au sein de ces espaces privatisés mais visible par tous.

Le projet **PublicAdCampaign** a débuté dans les années 2000 alors que Jordan Seiler fréquentait la *Rhode Island School of Design*, et est devenu au cours des années suivantes un mouvement collectif avec plus d'une centaine d'artistes de rue impliqués. En activant l'espace public et en mettant au défi la prédominance de la publicité extérieure, la mission du groupe est de créer un environnement visuel public plus démocratique et ouvert. Ces affiches sont composées pour la plupart d'éléments graphiques très géométriques en noir et blanc. Elles marquent une rupture nette avec leur environnement par leur contraste mais rappellent tout de même l'esprit d'une ville industrielle. Le mouvement que ces lignes prononcées génèrent ouvre un champ de vision plus vaste, et ramène à l'idée d'artefact, sans référence organique, ni d'aléatoire. Ces affiches ont donc pour objectif d'attirer l'œil sur elles, mais d'attirer surtout le passant à se questionner sur ce qu'elles remplacent : elles ne vendent rien et n'informent - à première vue - sur rien. On ne décèle pas la trace de l'artiste, il ne

se représente pas lui-même en tant qu'artiste de l'art urbain, mais représente son « idée », sa revendication. Cette affiche n'a donc ni pour but d'être une publicité mercantile, ni même comme vecteur de promotion de l'artiste, mais, si on la regarde dans son support, elle s'impose comme la publicité d'une non-publicité, une opinion citoyenne remettant en question l'imagerie originellement présente ici. Le support est donc gardé, mais questionne. Il apparaît une sorte d'incohérence, faisant réfléchir sur ce que l'on peut y voir habituellement et qui impressionne notre inconscient. Comme le dit Samuel Beckett, « à force d'appeler ça ma vie, je vais finir par y croire. C'est le principe de la publicité. » Redonner une essence aux images de l'espace public, faire signe et sens apparaît donc comme inévitable, et peut marquer l'origine d'une réappropriation de l'espace public. Comme le souligne également Vincent Perrottet, graphiste, enseignant et directeur artistique, « Faisons-nous de l'apnée visuelle...? » Car dans ce flot incessant d'injonctions à la consommation, ce type d'affiche, qui a comme « unique » but d'intéresser et de faire réfléchir, apparaît comme un pavé dans la mare.

On peut rapprocher ce travail de celui effectué par les **Graphiquants**, la création de l'affiche **Floating** pour la régie Métrobus - Médiatransport, destinée à habiller les espaces d'affichages vacants. Elle apparaît comme un espace de réflexion sur les surfaces d'affichages non vendues, vierges de communication. Entre trame et paysage, cette image a été conçue comme la pure et simple représentation de ce dont il s'agit : une affiche vierge, en papier, pliée, dépliée, sans message, sans échelle. Cette image, qui, loin d'ajouter du bruit publicitaire ambiant, l'interroge silencieusement. Cette intervention ramène

de la poésie, joue avec le médium de l'affiche comme un support organique utilisé de manière détournée. Les affiches de Jordan Seiler s'inscrivent donc dans cette optique, mais de manière plus virulente, comme pour (r)éveiller le passant.



A



B



C



A - Jordan Seiler, Presse, Collisions series, OPEN WALLS Gallery, 2016.

B - Ibid.

C - Ibid.

D - Les Graphiquants, affiche *Floating* pour la régie Métrobus / Médiatransport, 2009.

D

II - UNE PRATIQUE COLLECTIVE

Jordan Seiler a également animé des ateliers de réappropriation de ces espaces occupés, privatisés. Il s'inscrit cette fois-ci d'avantage dans une optique de résistance que de transgression, en se rapprochant d'associations s'inscrivant dans un cadre légal. D'après le professeur de géographie sociale et culturelle à l'Université de Neuchâtel Ola Söderström, cette pratique est un acte de résistance, car elle participe à des mouvements qui « visent à faire société, à chercher des alternatives, où le collectif est extrêmement important, où le projet collectif est important. »⁽¹¹⁾ La transgression caractérise d'avantage des personnes qui cherchent une vie autre dans des logiques plutôt individuelles,

parfois un peu tribal et où le but est différent. Jordan Seiler, par ses interventions, cherche à créer un paysage visuel public qui reflète les préoccupations des citoyens, qui appelle à cette ressource citoyenne précieuse et partagée pour créer un réel changement au cœur de nos sociétés. Il est notamment intervenu à Besançon lors du **festival Bien Urbain**⁽¹²⁾ organisé par l'association Juste Ici. L'objectif est de légitimer l'action de certains publics afin d'investir ces espaces pour des créations personnelles, mais dans une dynamique collective. Il recherche une diversité et souhaite créer du lien et des connexions entre les gens et l'espace public. Ce projet n'est pas tant autour de l'artiste et de sa posture en tant que tel, mais plus sur les participants et ce qu'ils vont exprimer. Suite à des discussions engagées avec les participants autour de l'atelier contre-publicitaire, ceux-ci ont pu s'approprier les outils graphiques (collages, illustrations, tampons etc.) et photographiques afin de créer leurs affiches. Une semaine après l'atelier de création d'affiches, le groupe de participants est venu placer ses créations dans les panneaux d'affichage, offrant ainsi de nouvelles **propositions visuelles** narratives, poétiques, humoristiques ou simplement neutres, dénuées de messages publicitaires. Ce projet apparaît donc comme la continuité du travail de Jordan Seiler, en incluant davantage les citoyens, qui deviennent acteurs de ce changement du paysage visuel de leur Cité. Cette initiative, bien que ponctuelle, favorise la remise en question de ces espaces, et influence peut-être dans une certaine mesure la remise en question des institutions autant que des citoyens dans l'intervention des citoyens eux-mêmes au sein de l'espace public. Elle a également pour but d'initier les personnes à des pratiques artistiques, et de valoriser leur production.



Atelier contre publicitaire
avec Jordan Seiler, Festival Bien Urbain,
Besançon, 2017.

III - DU PRÉSENTIEL AU NUMÉRIQUE

Dans cette optique d'ouverture à l'art dans l'espace public, Jordan Seiler, en collaboration avec *The Heavy Projects* et Jowy Romano de *Subway Art Blog* sous l'égide de *Re + Public*, a développé une application, **No Ad**, en réalité augmentée.

Celle-ci supplante les publicités du métro de New York en affichant des œuvres de street art original. Cette application, qui s'inspire des bloqueurs de publicité sur internet, filtre et bloque leur affichage et les remplace par des œuvres d'artistes. Via l'interface du téléphone ou de la tablette. Les couloirs sous-terrains se transforment en véritables « galeries d'art ».

Jordan Seiler explique qu'«il y a quelque chose de vraiment cool à ce sujet, une sorte d'espace d'exposition juste dans votre poche [...]. C'est un peu comme si l'on marchait dans une vraie galerie, sans savoir ce que l'artiste va nous montrer. Le hasard de la découverte est très important».⁽¹³⁾

Cette application favorise donc l'ouverture populaire aux nouvelles technologies pour découvrir d'une part des travaux d'artistes et d'autre part sortir du cadre imposé par la société capitaliste. C'est une ouverture interactive sur une autre dimension, celle de l'espace public numérique, que chacun peut expérimenter, et qui invite à l'émerveillement et à la curiosité. Cette pratique pousse à la démocratisation de l'art dans nos lieux de vie, sous forme de jeux artistiques.

De plus, c'est une autre manière d'aborder l'art urbain, car les images dévoilées par la réalité virtuelle représentent des peintures murales d'artistes urbains ayant collaboré au projet. Cette transposition, de la rue au numérique, fait le lien entre ces deux techniques, qui s'entremêlent pour proposer une vision alternative et pluridimensionnelle des espaces publics.

Pour Jordan Seiler, «La différence entre la publicité extérieure et l'art, c'est la différence entre un dialogue et un monologue. Les publicités peuvent attirer votre attention, mais l'intention n'est pas d'avoir une conversation avec vous. Avec l'art, l'intention est de créer un dialogue, un moment de questionnement, un moment de sérendipité⁽¹⁴⁾ où le spectateur devient engagé dans l'environnement.»⁽¹⁵⁾



Jordan Seiler
Application *No Ad*,
New York, 2017.
URL : <http://noad-app.com/>



Conclusion

Le travail de Jordan Seiler est donc très riche, et s'appuie sur différents modes d'interaction avec le public, afin de l'impliquer en tant qu'acteur dans le processus de réappropriation citoyenne de l'espace public. En outrepassant les lois, en s'impliquant aux sein d'associations, ou encore via l'outil numérique, il propose, comme cité précédemment, de recréer un espace de dialogue là où s'impose une communication à sens unique. L'outil graphique apparaît donc comme un moyen de réappropriation efficace pour recréer l'écosystème urbain, tout du moins une entrée possible,

qui certes ne fera pas changer du jour au lendemain les mécanismes de la société capitaliste, mais qui peut, à son échelle, aider à mieux vivre son environnement et entamer un processus de réflexion concernant les enjeux à venir.

Cependant, à l'instar de ce que j'ai pu vivre lors de mon stage au sein du collectif *Arara*⁽¹⁶⁾, pratiquer ce type d'action n'est pas sans concessions. Car, en effet, vivre de cette activité induit inévitablement de ce confronter aux réalités matérielles. Deux postures existent : la première consiste à vivre avec peu de moyens, tout en restant le plus fidèle à ses valeurs, et la seconde consiste en la recherche d'alternatives, de compromis, allant parfois jusqu'à la négation des valeurs défendues initialement. D'autre part, pour le philosophe et urbaniste Marc Armengaud, les *street artistes* détournent les publicités de manière « gentiment perverse » : « ils ont besoin d'être vu aussi, ce qui fait rentrer l'art dans le champs de la publicité, mais ne permet pas à l'art de supprimer la publicité. »⁽¹⁷⁾ Ils font partis selon lui de la valorisation de ces publicités, ils les mettent en exergue.

On peut alors se demander si cette quête de reconnaissance n'altère pas la dimension sociale et revendicatrice originellement recherchée, en s'inscrivant au final dans cette mouvance de marchandisation, qui touche de près l'art contemporain -et de plus en plus l'art de rue- pour qui internet est devenu une plateforme de visibilité ubiquitaire. Le *street art* peut être défini comme le *graffiti* se transformant à l'ère d'internet. En effet, la photographie, le film, ont toujours été des manières de documenter les pratiques, d'en conserver la trace, et deviennent aujourd'hui quasiment premières sur l'œuvre *In Situ*. Stéphanie Lemoine⁽¹⁸⁾, journaliste et

spécialiste de l'art urbain, explique ce phénomène : « Sur les réseaux sociaux, on est sur des œuvres de lisibilité immédiate, donc très facile de partager au grand public. Mais avec internet, les gens ne se déplacent plus, ils en consomment les images virtuellement. » La pratique du street art est donc controversée. On observe deux formes d'évolution : d'un côté, un art qui s'inscrit dans cet héritage du graffiti, qui émet une critique envers la société en remettant en question l'ordre établi, et d'un autre côté, une marchandisation de l'art, celui qui normalement est dans la rue, mais qui se retrouve chez les galeristes, collectionneurs, publicistes et même les médias. Une économie s'est créée, très proche de l'industrie du divertissement.

Notes

(1) Cf fiche de lecture, *L'espace public* de Thierry Paquot

(2) Annick Lantenois, *Le vertige du funambule*, Édition B42, Novembre 2010

(3) Cf Synthèse

(4) Martial Bouilliol, *Une autre histoire de la publicité*, version intégrale de la conférence donnée à Pantin en Septembre 2017, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=m1Pyr1kqcY0>, dernière consultation le 09/02/2018

(5) Cf Synthèse

(6) Définition Street Art, URL <http://www.le-street-art.com/definition.html>, dernière consultation le 20/02/2018

(7) « Relatif au sens de l'être; qui appartient simultanément à l'ordre de l'essence et à celui de l'existence. », définition donné par le CNRTL.

(8) Dewitte, Jacques, 3. *Le sens ontologique de l'ornement, La manifestation de soi. Éléments d'une critique philosophique de l'utilitarisme*, sous la direction de Dewitte Jacques. La Découverte, 2010, pp. 64-81.

(9) Sur André Leroi-Gourhan <http://www.psy-luxeuil.fr/article-andre-leroi-gourhan->

[mutations-et-liberations-anthropologiques-123476714.html](http://www.psy-luxeuil.fr/mutations-et-liberations-anthropologiques-123476714.html), consulté le 12/02/2018

(10) Article de Rudolf D. Klöckner, URL : <http://www.revue-urbanites.fr/>, consulté le 22/01/2018

(11) Vertigo, «*City Manifesto*», une web-série qui explore la place de l'art en ville, Publié le 05 mai 2016, URL : <https://www.rts.ch/info/culture/cinema/7696817--city-manifesto-une-web-serie-qui-explore-la-place-de-l-art-en-ville.html>, visionné le 01/02/2018

(12) Cf entretien

(13) <https://www.neonmag.fr/no-ad-l-appli-qui-transforme-le-metro-en-galerie-d-art-434914.html>

(14) Capacité, art de faire une découverte, scientifique notamment, par hasard ; la découverte ainsi faite. Définition donnée par le dictionnaire Larousse

(15) Web série City Manifesto, URL : <https://www.rts.ch/info/culture/cinema/7696817--city-manifesto-une-web-serie-qui-explore-la-place-de-l-art-en-ville.html>

(16) Cf Rapport de stage

(17) City Manifesto (4/8), *Libérer la vue*, Web série réalisée par Mathias Bones. Disponible du 16/03/2017 au 26/04/2019, URL : <https://www.arte.tv/fr/videos/061327-004-A/city-manifesto-4-8/>, consulté pour la dernière fois le 13/02/2018

(18) *Ceci n'est pas un graffiti*, le documentaire sur l'histoire du street art, 23 mars 2017 par All City URL : <http://www.allcityblog.fr/129079-ceci-nest-pas-graffiti-le-documentaire-sur-lhistoire-du-street-art/> consulté la dernière fois le 13/02/2018.

ENTRETIEN

«Parcours dans (et avec) l'espace public»

ENTRETIEN

Introduction 169

DIALOGUE 171

Introduction

Juste Ici est une association bizontaine qui soutient des projets artistiques dans l'espace public.⁽¹⁾

Tout au long de l'année, l'association réalise des actions avec des artistes, élèves et enseignants, où l'art dans l'espace public permet de créer des liens et de l'inattendu. Ils s'intéressent à l'art et à la culture, mais le fait de travailler en extérieur et à plusieurs, sous contraintes de contexte ou de matériaux, invite les participants à se poser des questions sur l'architecture, la géométrie, l'histoire, la géographie et le « vivre ensemble ». Depuis 2011, ils organisent le festival *Bien Urbain, Parcours*

artistiques dans (et avec) l'espace public, pour un temps de création d'une quinzaine de jours avec les artistes invités. J'ai donc choisi de m'entretenir avec David Demougeot, coordinateur de l'association *Juste Ici*.

DIALOGUE

Bonjour!

Salut.

[...]

On se tutoie ?

Oui, pas de souci.

[...]

Comment s'est créée l'association Juste Ici et pourquoi avoir voulu donner naissance au festival Bien Urbain ?

On a créé l'association en 2011 pour deux raisons. La première raison est qu'on était hyper intéressé par ce type d'artistes, par les artistes qui interviennent dans l'espace public, et qui amènent ce qu'on appelle le street art au début des années 2000, quelque chose qui était différent du graffiti, mais dans la même logique: celle de s'imposer dans l'espace public pour faire un contre pouvoir à ce qu'on voyait d'habitude. C'était quelque chose qui nous tenait vraiment à cœur. La deuxième raison va dans le même sens mais est un peu plus politique et aussi un peu professionnel. Je suis un porteur de projets culturels, j'avais déjà fait pas mal de projets associatifs avant ça, comme bosser dans une salle de concert etc. Mais je ne voulais plus travailler dans un lieu dans le sens où dans les lieux, c'est toujours le même public qui y va. On a du mal à ouvrir à d'autres publics et le fait de travailler dans l'espace public semblait répondre beaucoup plus à ces questions-là. Par exemple, comment tu t'adresses à tout le monde, alors que ça n'intéressera pas tout le monde, mais tu donnes la possibilité à tout le monde de s'y intéresser, et tu vas forcément croiser des gens dans l'espace public quand tu montes sur un échafaudage, quand tu vas faire quelque chose, il y a des gens qui vont venir te parler, t'auras pas choisi de leur parler, mais ça va créer un lien plus intéressant selon moi que quand t'es dans ton lieu et que chacun a sa place. Voilà les deux raisons principales.

Parallèlement à ce projet, on a monté l'atelier SuperSeñor. En gros c'est le lieu où on travaille tous et ça s'est regroupé autour d'un atelier de sérigraphie. Donc moi j'avais pas mal de matériel chez moi et en gros je l'ai amené dans le lieu, chacun a apporté un peu ses affaires et on partage cet atelier-là. Mais Bien Urbain, c'est quand même principalement moi qui ai porté ça au début, Chloé est arrivée à la troisième édition, Johana à la deuxième, et Thomas est président de l'association et s'est plus après que c'est arrivé, toutes les discussions qu'on a eues, mais il n'était pas au départ du projet. Au départ on était plutôt avec d'autres amis qui ne sont pas forcément trop dedans maintenant, mais qui étaient intéressés par ces artistes là.

**Que représente pour toi la notion d'espace public, notamment dans « Parcours artistiques dans (et avec) l'espace public » ?
Cela sous-entend que même si on est « dedans », on peut ne pas être « avec » ?**

Ça peut être lu de plusieurs manières, mais en gros, dans l'espace public tu peux faire une exposition d'une sculpture par exemple. Tu peux la mettre dans une salle ou dans l'espace public. Mais si elle a été créée dans un atelier et que tu la retrouves dans plein de villes différentes, ça va être dans l'espace public mais pas avec dans le sens où ça ne prend pas en compte le contexte, c'est juste quelque chose qui arrive là. Ce qui n'est pas forcément mal en soi, c'est juste que nous ce qu'on veut

c'est que ce soit un peu plus contextuel, un peu plus *in situ*. Donc avec l'association, on essaie, mais ça ne marche pas toujours. Mais on essaie de faire en sorte que les projets soient imaginés en fonction du lieu où ils prennent place, que le contexte ait une influence. Le contexte, c'est hyper large, ça peut être un contexte architectural par exemple. Sur un mur un peu biscornu, tu ne vas pas faire la même chose que sur un mur de quatorze étages tout rectangulaire. Ça, c'est déjà une part de contexte mais il y en a plein d'autres, comme l'histoire de la ville, les rencontres avec les habitants, le social, enfin il y a des tonnes de contextes qui peuvent interagir. Mais l'idée c'était ça, étant donné que c'est de la création à chaque fois, ce qui est fait c'est créé dans un contexte. C'est assez différent par exemple du théâtre de rue, il peut y avoir un spectacle créé et qui tourne exactement à l'identique dans plein de villes. Alors c'est dans l'espace public, mais ça ne prendra pas forcément en compte le lieu. Donc nous ce qu'on veut c'est vraiment cette prise en compte là. Et ça ne veut pas forcément dire de travailler avec des gens, ça on le fait de plus en plus, mais au départ les artistes travaillaient tout seuls mais ils faisaient attention à ce qu'il y avait autour d'eux.

Quels sont les enjeux actuels de l'espace public selon toi, et quelle en serait l'évolution souhaitée ?

Les enjeux de l'espace public, c'est principalement la question du partage et de la rencontre.

Donc l'espace public, c'est le lieu qui appartient normalement à tous, donc là les enjeux en ce moment c'est la privatisation de l'espace public, c'est les rapports de force et de pouvoir, qui sont multiples, la place de la voiture par rapport aux piétons, par rapport aux cyclistes, la place de la police par rapport aux migrants qui dorment dehors, etc. En fait c'est à chaque fois des jeux de pouvoir. Le pouvoir en place et les personnes qui, soit par obligation soit par choix, veulent faire autre chose, donc improviser.

Quand c'est un artiste, c'est improviser une œuvre d'art, et il n'y a pas d'enjeu au final, quand c'est des gens qui dorment dehors c'est différent.

En fait tous les enjeux contemporains se retrouvent ciblés avec des enjeux environnementaux, des enjeux politiques, des enjeux artistiques etc. Mais tout ça c'est lié à de l'inégalité, à du pouvoir, donc c'est ce jeu de balance qui est intéressant.

Et comment je voudrais que ce soit?

Bah plus... plus public en fait. plus partagé, avec, au niveau des signes - parce que c'est sans doute ce qui intéresse le plus -, des signes qu'on voit dans l'espace public, c'est de la publicité ou des signes institutionnels dans 99% des cas. Et donc les signes qui viennent de la société civile, donc des individus, des associations ou des artistes etc., ils sont très faibles. Soit ils sont très encadrés, soit ils sont considérés comme sauvage.

Du coup l'idée ce serait d'arriver à trouver un équilibre qui serait plus juste parce que la société civile elle est multiple, elle est plurielle, elle défend des choses différentes et donc le débat public a tout intérêt à se

retrouver dans l'espace public, mais de manière...
Moi je suis plutôt quelqu'un de compromis, l'idée c'est...

Avec Jordan Seiler par exemple, l'idée c'est pas de casser les panneaux Decaux, c'est de mettre autre chose à la place, de le partager, d'en discuter etc. Donc l'idée c'est que ce soit plus ouvert alors qu'aujourd'hui coller une affiche avec ton avis sur la question de ce qu'il se passe en Palestine par exemple, les Kurdes, la question de la PMA, le mariage pour tous etc. En fait, donner ton avis dans l'espace public avec un signe, une affiche ou quelque chose comme ça, normalement tu n'as pas le droit. Sauf à un endroit très précis, qui peut être le panneau d'affichage libre, mais pour le cas de Besançon, il n'y en a que deux aujourd'hui.

Donc voilà, il n'y a pas assez d'espace pour ça, pour l'improvisation et pour le débat d'idées.
Après ça ne veut pas dire que ce qu'on fait...

On ne fait pas que de l'art politique, ça ne veut pas dire que les artistes défendent des idées ou ont des messages, c'est pas du tout ça, mais c'est plutôt justement la capacité qu'ils ont à improviser et à jouer avec ces normes, avec ce rapport au pouvoir. Ça c'est vraiment le côté politique de l'espace public. Et ensuite et bien le fait que ce soit censé appartenir à tout le monde, c'est le meilleur endroit pour moi pour... ***En fait pour tout!***

C'est le meilleur endroit pour l'art, c'est le meilleur endroit pour manger avec des gens, pour aller vers la rencontre, vers l'autre. Dans une démocratie, c'est censé être un endroit privilégié l'espace public, et c'est vrai que ce n'est pas exactement le cas...

Comment choisissez-vous les artistes invités ?

Chaque année, il y a un artiste associé...
Comment s'établit le dialogue entre celui-ci et vous, mais également avec les autres artistes ?

C'est la quatrième année qu'on a un artiste associé, et ça change pas mal chaque année en fonction de l'artiste. C'est-à-dire que moi j'ai envie d'être assez neutre - c'est moi qui choisi l'artiste associé, donc je ne suis pas complètement neutre - mais moi je me place plus comme un... On va dire comme l'expert du terrain. Donc je connais Besançon, et l'artiste associé connaît les artistes, et à partir de là nous essayons de trouver le plus intéressant possible. C'est à dire que si moi, on arrive avec un artiste et qu'un des projets qu'il a fait me fait vraiment penser à un lieu que j'ai repéré à Besançon, on va aller voir ce lieu puis ce sera un début de discussion pour arriver à ce qu'il construise son projet. Après en général on ne donne pas de thème, on ne donne pas de cadre très précis. On a essayé l'année avec *Escif*, de donner un cadre aux artistes mais ils s'en sont vite libérés et c'était très bien comme ça aussi.

Ce qu'on propose aux artistes c'est de ne pas hésiter à proposer des projets un peu fous, qui sortent un peu de l'ordinaire, et qui peuvent être expérimentaux aussi car on n'invite pas un artiste pour qu'il reproduise des choses qu'on connaît de lui. *Ox* par exemple a beaucoup expérimenté avec nous, *Eltono* aussi.

Ils tentent des choses où ils se mettent un peu en expérimentation parce que notre enjeu, ce n'est justement pas de la diffusion, ce n'est pas de montrer : « *Regardez on a eu tel artiste, qui a fait sa peinture classique que vous connaissez de lui, nous le reconnaissons tout de suite etc.* ».

Ce qui nous intéresse c'est plutôt comment ils vont arriver à Besançon, là où d'habitude ils sont plutôt dans des grosses capitales etc. Il s'agit de voir ce qu'ils font avec cette ville-là, ce patrimoine, cette taille moyenne.

Est-il possible de travailler en lien avec des institutions telles que la ville de Besançon tout en conservant un sens de l'intégrité artistique et de l'autonomie ?

De ce côté-là en fait la ville n'a jamais influé sur le choix des artistes, sur ce que l'on faisait. En fait il n'y a pas vraiment de moment où on présente « *Voilà, les artistes vont faire ci ou vont faire ça* » parce qu'on improvise aussi beaucoup pendant que les artistes sont là.

Après ça dépend ce que tu appelles intégrité artistique, ça dépend de beaucoup de choses. Dans le sens où les artistes qu'on invite font aussi des choses sans autorisation dans certaines villes et chez nous ils font parfois des choses sans autorisation. Mais c'est vrai qu'on va pas faire une banderole « **NIKE LA POLICE** » qu'on va coller sur la mairie dans le cadre de Bien Urbain. Après c'est pas forcément ce qu'on cherche non plus, nous ce qu'on cherche c'est plutôt à créer des relations.

Il y a des projets qui peuvent poser problème à la mairie parfois où en terme d'image ils ne s'y retrouvent pas. Mais il n'y a jamais eu de projet censuré.

Après l'an dernier on a fait une installation, et le maire a voulu qu'on l'enlève (un peu) de toute urgence car le premier ministre allait venir visiter la ville, et qu'en gros ça faisait un peu tache d'avoir cette installation qui était assez politique, qui était autour des migrants, de la guerre, du libéralisme.

Et donc là, il y a des zones de frottement comme ça, mais en fait plus ça va et plus on les cherche aussi. C'est-à-dire que quand ça créé un frottement avec le pouvoir quel qu'il soit, ça créé une discussion, ça permet de mettre en débat des choses. Ça nous fragilise aussi nous en tant qu'association et en même temps on sait que c'est pour ça qu'on le fait aussi. Et puis on n'est pas des punks donc à chaque fois qu'il y a une crise, que quelqu'un se sent agressé par une œuvre ou ne la comprend pas on est tout de suite dans la discussion, donc en fait je dis pas que ça marchera toujours, mais pour l'instant ça ne gêne pas trop.

C'est juste qu'il faut respecter quelques normes. Si on a une installation qui peut être dangereuse, on ne va pas la faire parce que ça peut être dangereux. Et nous on a de l'argent public pour faire ça donc on ne va pas faire des choses dangereuses avec de l'argent public.

Mais après si c'est juste que ça perturbe des gens et que ça créé du dialogue on va le faire.

La dimension participative à l'air de compter pour vous, comment se déroule les ateliers mis en place et quel est selon toi leur portée ?

Ça c'est un vaste sujet. Il y a des ateliers de plein de formes différentes avec pleins d'intervenants différents et pleins de publics différents donc c'est dur de répondre à ça dans le sens où *parfois* ce sont les artistes qui proposent de faire un atelier, *parfois* c'est nous qui animons un atelier nous-même avec des volontaires en service civique, des stagiaires, etc. *Parfois* c'est une demande qu'on fait à un artiste spécifique, *parfois* c'est avec des scolaires, *parfois* avec un public, *parfois* des institutions, *parfois* non, c'est hyper varié.

Par contre c'est vrai qu'on tient à ça car on veut impliquer les gens, là-dedans. L'idée c'est justement de ne pas être seulement dans un discours qui ne va que dans un sens mais de pouvoir vraiment partager la façon de faire des artistes et oser faire des choses dans l'espace public parce que ça commence aussi là.

Quand on fait un atelier dans l'espace public, tout de suite on sort de son auto-censure, pour faire des dessins dans la rue, pour aller voir les gens et poser des questions etc. Pour nous cette dimension-là est très importante mais elle est vraiment très adaptable en fonction des projets, des artistes, des contextes.

À par le fait que ce soit toujours dans l'espace public, on n'a pas de lignes, de cadres super fermés.

**J'ai pu lire que le travail de certains artistes suscitait parfois le débat, est-ce positif ?
Comment établissez-vous un dialogue avec les personnes concernées ?**

Nous on est très ouverts au débat, après le dialogue on le permet en étant sur place, en discutant avec les habitants, souvent ça se passe bien. Après les débats peuvent souvent avoir lieu après coup, et ils prennent des formes différentes. La peinture d'*Ekta* par exemple, a suscité des débats dans l'Est Républicain⁽¹⁾ etc. Au final ce qui est intéressant c'est que ça crée de la discussion et puis comme toutes les formes d'art, ça plaît à certains, ça ne plaît pas à d'autres, mais nous si c'est ça, c'est bien.

Après le problème c'est quand certains peuvent dire «là l'artiste se fout de notre gueule, il nous prend pour des cons» alors que voilà, ça c'est pas vrai. C'est juste comment on arrive à expliquer que même si ça plaît pas à quelqu'un, même si ça ne plaît pas au plus grand nombre, ça ne veut pas dire que l'artiste a bâclé son travail, ou a voulu choquer. C'est plutôt comment on arrive à permettre le dialogue, à rester dans une discussion, dans un dialogue plutôt que de se braquer sur en gros «c'est de l'argent public qui est gaspillé pour que les artistes se fassent plaisir etc. ».

En parlant de ça, je suis récemment allée à Besançon, et j'ai pu voir des affiches placardées sur les murs dressant un réquisitoire contre votre association. Mais j'ai également pu lire dans l'Est Républicain que vous ne vouliez pas répondre. Tu peux quand-même m'en dire quelques mots?⁽²⁾

Oui, pour ça, on n'a plus trop le temps pour en discuter, mais c'est un grand sujet aussi...

Pour ça moi j'ai deux réponses : d'un côté ils ont raison dans le sens où il y a pas mal de projets d'art urbain et de projets artistiques en général qui ont été utilisés pour favoriser la gentrification dans des grandes villes, ça existe. Mais nous on conçoit le projet d'une manière qui, pour moi, est complètement différente de ça. Le projet il vient de nous, il ne vient pas du tout de la mairie etc. donc la façon dont on l'aborde et qui est franchement assez politique, elle ne va pas dans ce sens-là. Enfin c'est mon avis.

Après, d'un autre côté, ce que certains posent comme question c'est « Est-ce que quand tu habites à Battand, quand tu vois le quartier Battant, le changement du quartier... Il n'y aurait pas une sorte de gentrification qui pourrait être positive d'une certaine manière ?

C'est-à-dire que c'est facile de dire que la gentrification c'est mal, mais il y a un moment où il faut poser des questions très précisément par rapport à un lieu, par rapport à un contexte, etc.. Moi je ne pense pas qu'on

ai une influence sur la gentrification mais en même temps j'ai habité le quartier Battant pendant une dizaine d'années, c'est un des quartiers les plus pauvres de la ville, où il y a beaucoup de problèmes, il y a beaucoup d'étudiants donc ça tourne, ça change tous les ans et il y a moins d'attachement au quartier car les étudiants n'ont pas le temps de s'attacher au quartier. Et donc est-ce que faire venir des familles qui s'installent et qui ont une vie de quartier et qui s'y intéressent, est-ce que c'est mal complètement? Enfin tu vois, moi c'est des choses qui pour moi aussi restent ouvertes.

La discussion c'est pas « *la gentrification c'est mal, l'art sert la gentrification, donc l'art c'est mal* ». Pour moi c'est un discours qui est beaucoup trop restrictif et qui ne mène pas bien loin. Et puis avec ces gens-là ce n'est pas possible de discuter donc on n'est pas allé plus loin en fait, enfin on n'a pas pu aller plus loin, et c'est pas très grave, enfin... Ils ont leurs idées, on pense qu'on fait les choses sincèrement, avec honnêteté, on essaie de faire les choses bien, avec une idée sociale derrière la tête, du dialogue comme je te disais etc. Ça ne se rencontre pas, mais c'est pas dramatique. On ne peut pas être consensuel, c'est pas le but.

L'espace public, c'est aussi ça, s'exposer au débat et donc à ce type de réaction, non ?

Ah oui c'est super, carrément!

En fait ce qui a été super dans cette histoire c'est que des habitants du quartier sont allés écrire sur certaines affiches leur avis. Et là ça devenait vraiment super intéressant parce qu'il y avait une affiche, et puis des gens qui disaient « *Non j'suis pas d'accord* » etc.

Et là c'était hyper intéressant. Et nous on n'a pas enlevé les affiches, on n'a pas porté plainte. Au contraire, comme tu dis, c'est dans l'espace public et c'est très bien que ça discute. Après c'était dur à vivre aussi pour nous parce que c'est très agressif, très violent, mais après on n'en a pas fait... Ça fait partie du jeu comme tu dis, et je suis d'accord avec ça.

Penses-tu que les murs des villes, au travers d'affiches, de peintures etc, pourraient être le support de la communication, afin de faire émerger une pratique plus démocratique de l'espace public ?

En fait je pense que le truc c'est pas... En fait il faudrait tellement changer les façons de penser des gens pour qu'ils en viennent à écrire sur les murs que ça paraît compliqué. Mais par contre c'est déjà le cas avec le graffiti, et avec le graffiti politique.

Alors le problème c'est que le graffiti politique, c'est seulement quelques personnes qui se permettent d'écrire des choses sur les murs pour donner leur avis, et du coup c'est un peu toujours les mêmes choses, et qui souvent sont en opposition très frontale avec tout le reste. Mais

voilà, ça existe déjà dans ce sens-là. Moi je pense que si c'était plus permissif, si on pouvait plus facilement écrire sur les murs ce qu'on pense, ce serait plus développé et oui, c'est sur, ce serait plus intéressant. Après nous notre rôle c'est aussi d'être sur des propositions artistiques, donc on aime bien quand il y a des murs d'expression libre mais c'est pas vraiment notre rôle premier de créer des murs d'expression libre. Ça fait parti de certains de nos projets d'aller dans ce sens-là, mais c'est plutôt des choses qu'on va accompagner de manière artistique, parce qu'on s'intéresse avant tout à l'espace public et l'idée c'est « Qu'est-ce qu'on amène en valeur créative là-dedans ? ». Donc je pense que c'est sûr que ça serait intéressant mais voilà nous c'est pas notre rôle premier.

[.....merci!.....]

Notes

(1) Informations :

Cette association se situe à Besançon (25 000) dans la Friche artistique, au 10 av. de Chardonnet.

Président :

Thomas HUOT-MARCHAND

Coordinateur :

David DEMOUGEOT

Chargée d'action culturelle :

Johanna ROMARY

Chargée de communication :

Chloé CURA

URL : <https://bien-urbain.fr/fr/>

(2) Fresque d'Ekta, artiste invité

Article de l'Est Républicain :

« La fresque de Bien Urbain rue de la Cassotte. Que l'on soit clair, les fresques et interventions diverses du festival Bien Urbain ont contribué à embellir la ville. Mais l'intervention sur la façade de cet immeuble de la rue de la Cassotte n'a, pour le moins, pas fait l'unanimité dans le quartier. Avec cette impression que le peintre a été appelé d'urgence avant de terminer le boulot. »

URL : <https://www.estrepublicain.fr/edition-de-besancon/2017/12/26/le-hit-parade-des-lieux-les-plus->

[moches-de-besancon](#)

(3) Critique vue sur des affiches dans la rue, propos recueillis par l'Est Républicain :

« À deux jours de la clôture du festival, des affiches, apposées sur certaines œuvres, attaquent l'événement avec virulence.

Des commerçants sont également très critiques.

« Bien Urbain : Bouffon Utile de l'embourgeoisement. [...] Ces artistes de rue, au service de la mairie et des riches, nous imposent la valeur bourgeoise que représente l'Art. [...] Ce projet est gavé de subventions par de multiples institutions : entre 2010 et 2015, la somme est passée de 40 000 à 140 000 euros... »

Voilà ce qu'on peut lire depuis quelques jours sur des affiches anonymes, collées sur les œuvres d'artistes invités à Besançon dans le cadre du festival d'art urbain.

Dans une rhétorique d'extrême-gauche, les auteurs de ces pamphlets dirigés contre le festival lancé il y a six ans par l'association Juste Ici, dénoncent les subventions perçues et le phénomène de gentrification, selon eux, sous-jacent à l'initiative.

« *Serviteurs du roi Fousseret* »

L'argumentaire place ainsi les acteurs du festival en « serviteurs du roi Fousseret », accusés de transformer le quartier populaire en quartier branché, « une occasion idéale de spéculer et se faire du fric ».

Si, à l'origine, les habitants du quartier encourageaient la démarche, les premières éditions de l'événement culturel ayant en partie été financées par le Conseil consultatif d'habitants (CCH) du quartier, l'évolution et le financement du festival suscitent désormais de vives réactions, y compris des commerçants.

Pour Christian Mourey, propriétaire de la boutique Battant Musique, au 23 rue Battant, « d'un point de vue artistique, la démarche est intéressante mais quand on me parle de valorisation du quartier, je me dis que ça ne règle pas tout. Les subventions exorbitantes qu'ils reçoivent sont décalées par rapport aux fléaux du quartier. Battant, c'est une trentaine de boutiques fermées en dix ans. »

« On ne règle pas des problèmes de délinquance, d'alcoolisme,

de drogue à Battant avec de la peinture! », s'indigne, de son côté, un habitant du quartier. « Je me demande si leurs graffitis méritent 140 000 euros de subventions », rôle encore une passante.

L'association Juste Ici n'a pas souhaité s'exprimer sur ce sujet, préférant mettre en avant le travail des artistes. Chloé Cura, chargée de communication de l'association et du festival, se borne à rappeler que l'association défend les formes d'expressions libres : « Les artistes s'expriment sur des espaces publics. Placer des affiches sur ces œuvres, revient à s'approprier l'espace autrement. Cela fait partie de l'évolution des créations. »

Bien Urbain, jusqu'au 30 juillet,

Militine GUINET

RAPPORT DE STAGE

*Du collectif au disruptif**

*Adjectif disruptif

1 Qui transperce un isolant en désorganisant sa structure mécanique et chimique, momentanément ou définitivement.

2. Qui tend à une rupture.

RAPPORT DE STAGE

Introduction	195
I - PRÉSENTATION DES STAGES	197
II - DES ENJEUX AU SERVICE DU COLLECTIF	203
III - UNE ADAPTATION COMPLIQUÉE	217
Conclusion	225

Introduction

Mes stages se sont définis par rapport à mes intentions de mémoire. Je souhaitais d'une part voir, suivre et accompagner des graphistes et artistes engagés, afin de m'immerger dans ce monde visible par ses images, mais invisible dans son déroulement; et d'autre part projeter une réalisation de prototype, créer un atelier, en m'entourant de personnes référentes et possédant les outils pouvant rendre cette réalisation possible.

C'est dans cette dynamique que j'ai contacté le studio Oficina Arara dans un premier temps, puis Make it Marseille dans un second temps.

I- PRÉSENTATION DES STAGES

Oficina Arara, présenté dans *Étapes: graphique* sous l'appellation d'*Artivistes*, est un collectif regroupant artistes, graphistes et un informaticien. Durant ces deux mois de stage, j'ai principalement travaillé avec les artistes Miguel Carneiro, mon tuteur de stage, João Alves, et Bruno Borges, ainsi que le graphiste Pedro Nora. Bien sûr, sous ces étiquettes apparentes, il y a une totale liberté dans leur approche à la création. Tous ont suivi leur enseignement artistique aux Beaux-Arts, à Porto pour la plupart, mis à part Bruno, diplômé à Lisbonne.

Basé dans un ancien hangar d'une coopérative de maçons au bout d'une allée de Porto, leur studio abrite leur outil de prédilection : l'atelier de sérigraphie. Ceci leur permet de créer de multiples images, de les diffuser dans un espace plus grand, pour plus de personnes et de manière accessible. Les expérimentations fusent, les productions se retrouvent aux quatre coins des pièces, toute l'énergie de leur engagement artistique hérité de leur formation et de leur engagement politique se déploie ici au travers d'affiches, livres, pochettes de disques imprimés à la main, mais prend également la forme de concerts, de performances, etc. J'ai donc pu appréhender ce milieu créatif et énergique durant les deux premiers mois de stages.

Dans une toute autre ambiance, beaucoup plus cadrée, c'est le Fablab Make it Marseille qui m'a accueilli durant un mois et demi dans ses locaux flambant neufs rue Breteuil à Marseille. Ce Fablab, co-fondé par Emmanuel et Vincent Roy, accueille des makers de tous horizons pour mener à bien leurs projets créatifs grâce aux connaissances mutuelles des adhérents, mais également aux machines mises à leur disposition. Le DIY et l'entrepreneuriat sont au cœur des préoccupations de chacun. Ces pratiques sont rythmées par des échanges autour des outils techniques et des machines, mais également au sein des « espaces de convivialité ».

Je souhaite dans ce rapport de stage non pas présenter de manière exhaustive et détaillée les projets que j'ai effectués, mais mettre en valeur et en rapport avec mon sujet de mémoire les enjeux de ces deux structures, en faisant émerger dans un premier temps leurs engagements sociaux et politiques fort, et dans un second temps, les limites auxquelles je me suis confrontée.



Studio Oficina Arara

Studio Make it Marseille



II - DES ENJEUX AU SERVICE DU COLLECTIF

Arara est donc un collectif engagé, n'hésitant pas à placarder ses affiches dans les rues de Porto. Le collectif a commencé par l'envie commune de publier un magazine intitulé «Burraco», ce qui signifie trou, proposant des illustrations et des textes plus engagés sur le plan politique. Le palindrome *Arara* est donc né cette année-là, en 2010. Ce nom, pouvant aussi bien être lu de droite à gauche que de gauche à droite reprend l'essence de leurs créations : des images qui subvertissent l'idée de la perception, et suscitent la réflexion autour du rapport que l'on entretient avec les images. De plus, ce nom fait référence à différentes notions : «Ar» renvoie à un élément difficile à apprendre, «Rara», un adjectif

qui désigne quelque chose qui n'est pas commun; «Rá», le dieu du soleil de l'Égypte antique, «Ara», un autel et enfin «Arar», déterrer.

En 2012, ils ont réalisé un livre pour une école abandonnée. Accompagnés d'amis et d'activistes, ils ont décidé d'occuper l'école et de créer quelque chose en lien avec le lieu et les habitants du quartier, avant d'être chassés par la police... Lors de ce projet, ils ont conçu deux affiches sur lesquelles chaque personne pouvait intervenir directement au studio, afin de projeter ses propres frustrations ou ses avis. Par la suite, ils ont placardé ces affiches dans les rues de Porto, afin que les habitants puissent eux-même prendre conscience du sort de cette école. Ce projet résonne encore dans le studio comme l'un des plus importants, car il réunissait autant la dimension politique, celle de la défense d'un lieu d'apprentissage et de création confisqué par la municipalité, que la dimension sociale qui leur est chère, c'est à dire la participation des citoyens dans le processus créatif. Un autre projet marquant leur ancrage politique à tendance anarchiste est la publication illustrée et imprimée en sérigraphie *Abolition of work (L'Abolition du travail ou Travailler, moi? Jamais!)* de Bob Black, écrit en 1985. C'est une ébauche de manifeste pour une révolution ludique. Cette édition se présente comme un véritable pamphlet contre la misère et les nuisances du salariat. Bob Black analyse et décrypte le temps travaillé comme un temps de servitude, de résignation qui tue le temps du plaisir et de la connaissance. Ils s'inscrivent dans leur studio dans cette optique-là, en prenant ces temps de création non pas comme du travail mais comme un loisir. Ces projets «totems» m'ont donc permis de mieux cerner l'univers Arara.

Lorsque j'ai rejoint l'équipe cet été, j'ai pu les accompagner dans différents projets impliquant leur engagement politique. En effet, nous avons participé au **festival Desencaminharte**, *Festival Arte Pública Alto Minho*, qui consistait à ramener l'art en milieu rural. L'art n'étant selon eux pas fait pour s'enfermer, il s'agissait de l'exporter au plus près du public, de le démocratiser.

Dans cette optique là, ils animent également différents workshop afin de faire connaître la technique de la sérigraphie. J'ai notamment participé à l'un d'entre eux au **festival A Cidade PréOcupada** (La ville PréOccupée) à Montemor-o-Novo, situé à l'Est de Lisbonne. De la confection de l'affiche à son collage dans les rues, les participants ont pu s'immerger au centre des préoccupations et du quotidien du collectif. C'est un instant de partage, de création et de découverte invitant chacun à se questionner sur le monde qui nous entoure. Au sein de ce collectif libre et autonome, une seule et unique règle est définie : «On ne crée aucune image en laquelle on ne croit pas.» Les images commerciales sont donc bannies. Ils n'hésitent pas à refuser des projets qui ne correspondent pas à leur éthique, et tiennent à avoir une affinité avec les personnes avec lesquelles ils travaillent ou les projets auxquels ils participent.

En effet, pour chaque image, explique Miguel, il y a une histoire derrière et un contexte qui a provoqué l'image. Chaque dessin est une catharsis individuelle ou collective. L'une des choses importante et constante pour eux, dans un sens «non propagandiste», est de créer des images qui permettent aux gens de projeter et de soulever des questions. «Il y a clairement une intervention dans l'espace public», résume Pedro. La maxime historique : «Murs blancs, peuple muet»

prend tout son sens. La majorité des affiches s'exporte donc dans la rue, parce que cet espace est encore un espace commun. Les affiches exposées dans la rue sont également en vente lors de marchés et de festivals.

L'art et le graphisme sont appréhendés de manière expérimentale, comme outil de réappropriation de l'espace public, mais aussi dans l'optique de toucher l'opinion publique, de la secouer, de faire émerger des questionnements, et parfois même de le perturber profondément. Ces actions m'apparaissent comme étant un moyen direct de revendication d'une légitimité à occuper l'espace public. De plus, elles prennent place dans une ville en profonde reconstruction, qui souffre de son attractivité touristique. Les artistes portuans s'érigent contre la politique appliquée dans cette seconde ville portugaise, qui pousse à la **gentrification** et à une mise à l'écart des habitants.

On retrouve, sous un autre angle bien-sûr, car les visées et la structure diffèrent largement, les préoccupations sociales et politiques dans les valeurs défendues par *Make it Marseille*. L'engagement social fort auquel les cofondateurs Vincent et Emmanuel Roy s'attachent fait de cette structure un lieu créateur d'échanges, de liens et de partage. Un *Fab lab* (contraction de l'anglais *fabrication laboratory*, « laboratoire de fabrication ») est un tiers-lieu de type *makerspace* (atelier de fabrication). *Make it Marseille* s'inscrit dans le mouvement *Do It Yourself*, et propose des espaces de coworking, un parc de machines performantes et des événements «*Maker et Citoyens*».

Leur but : *s'enrichir dans le partage*. Cette structure vise à favoriser l'échange des savoirs et des points de vue comme source de richesse, et vise une économie davantage fondée sur l'usage que la propriété comme création de valeur. Ce type de lieu s'impose dans le changement du mode de production, et pousse à l'innovation grâce aux possibilités données par la gamme d'outils proposés, que ce soit les outils à commande numérique ou analogique ainsi que le partage libre d'espaces, de compétences et de savoirs.

Ils s'inscrivent donc dans une mutation plus large de nos sociétés, où la collaboration et la mise en commun fondent une nouvelle forme d'industrie. À l'instar des potagers communautaires de nos villes qui permettent à nouveau de tisser des liens entre les habitants d'un même quartier, les fab lab réinventent un riche et dense tissu industriel et social. Les usagers, ou *Makers*, forment une population extrêmement diversifiée, depuis l'étudiant en passant par l'ébéniste jusqu'au graphiste. Mais en ce lieu, tous partagent un même espace, les mêmes outils, les mêmes matières premières... et leur savoir-faire. Pour les co-fondateurs, donner du sens à ses actions, répondre à une quête de sens de notre société, passe par la «concrétisation de la pensée par le faire» afin de donner de la profondeur à ses actions, mais également participer à une dynamique participative et locale. Dans cette optique là, ils animent à l'aide d'intervenants extérieurs des soirées Transitions. Ces soirées conférences / débats permettent de développer une réflexion autour de thèmes spécifiques renouvelés chaque année. Cette année, ils ont choisi de développer le thème de l'urbain, notamment la question de l'espace public. C'est dans ce contexte-là que nous nous sommes rencontrés

et que nous avons ainsi entamé notre démarche de travail. Afin de s'inscrire de manière plus concrète dans cette problématique, nous avons souhaité participer à l'événement mondial ouvert à tous : **Park(ing) Day**. Il mobilise citoyens, artistes, activistes pour transformer temporairement des places de parking payantes en espaces végétalisés, artistiques et conviviaux. Ceci s'est parfaitement inscrit dans la problématique que je me suis donnée dans le cadre de mes recherches pour le mémoire. N'ayant pas le temps de créer eux-même un projet pour cet événement, ils m'ont proposé de collaborer avec eux pour mener ce projet de manière autonome. Faute de temps -seulement une semaine et demi- et de moyens, le projet que je m'étais imaginé est malheureusement resté à l'état embryonnaire, mais a constitué une première approche très intéressante et enrichissante de ce que représente l'intervention dans l'espace public. Il s'agissait donc de susciter la curiosité des passants, et de les inviter à exprimer leurs revendications concernant la ville de Marseille lors d'un atelier participatif et créatif se déroulant dans la rue.

L'expérience que je retire de ces deux stages est donc marquée par ces enjeux sociaux et politiques forts. Ces deux structures ont en commun des envies pour faire évoluer la société, que ce soit pour le collectif Oficina Arara, qui s'inscrit en marge et défend une culture et une approche de l'art et de la ville alternative, ou Make it Marseille, qui alimente les nouvelles alternatives de production et de travail dans l'échange et le faire. Cependant, au-delà de ces idéaux poursuivis par chaque structure, le temps vécu au sein de ceux-ci m'est apparu parfois loin des valeurs défendues.









Installation des masques pour
le festival Desencaminharte



III - UNE ADAPTATION COMPLIQUÉE

Entre le désir d'expérimenter avec le collectif Arara à la lecture de leur descriptif dans *Étapes: magazine* et l'expérience *in situ*, j'ai ressenti beaucoup d'incompréhension.

D'une part, ceci s'est retrouvé dans les rapports humains. Qui dit personne engagée, dit caractère trempé, et parfois un peu fermé dans sa zone de tolérance. C'est donc dans ma cohabitation avec João, qui vivait à deux pas du studio, que le malaise s'est installé, et que mon séjour à Porto a pris des saveurs amères. Mais au-delà de la relation conflictuelle que j'ai pu avoir avec lui, c'est tout le collectif qui était en déséquilibre.

En effet, il s'est avéré qu'une fois au sein de celui-ci, j'ai pu ressentir les tensions existantes entre les différents membres, et particulièrement vis-à-vis de João, le dernier arrivé dans cette aventure. Son sarcasme, son alcoolisme et sa désinvolture étaient tolérés parce qu'il compensait avec une grande énergie au sein du studio et était pleinement impliqué dans le collectif (sauf de temps en temps lorsqu'il filait lors des *workshops*...). Mais cet équilibre n'était pas immuable, et les moments de vacillement se manifestaient par de grandes remises en question de chacun des membres. Au bout d'un mois de stage, suite à une réunion qu'ils avaient organisé pour traiter des problèmes, Bruno a annoncé son départ. C'était comme un pavé dans la mare, déjà perturbée de mille questions.

Travailler dans un collectif a donc beaucoup d'avantages, notamment dans l'énergie créatrice que celui-ci insuffle, le partage des connaissances, le partage tout court d'ailleurs, mais peut être à double tranchant si les problèmes humains ne sont pas réglés à temps et deviennent source d'angoisse et de mal-être. Car la liberté totale du collectif, et l'absence volontaire de cadres fait que ce sont les rapports humains et leurs rapports à la création qui sont garants du bon fonctionnement de la structure, dans tout ce qu'il y a de meilleur comme de pire. De plus, les implications étaient inégales du fait de leur statut. Certains avaient un travail à côté du collectif, ce qui leur prenait du temps; temps qu'ils ne consacraient alors pas au collectif, et d'autres n'avaient que le collectif comme vecteur de création et source de revenu. Or la structure est une association à but non lucratif, donc au-delà de l'argent liquide perçu des ventes d'affiches, les fins de mois étaient un peu

compliquées. Vivre en accord avec ses principes et ses valeurs, les plus marginaux soient-ils, me semble être un véritable épanouissement pour se trouver et consister en tant qu'individu, mais n'est pas sans concessions.

D'autre part, la seule règle à laquelle aucun ne dérogeait a été celle qui m'a contrainte. Au-delà de l'aide que j'ai pu leur apporter lors des impressions en sérigraphie, des *workshops* et autres travaux de pliage, collage, coupage ou vidéo, je n'ai pas pu participer effectivement à un projet. En effet, la règle étant basée sur le fait que chaque production devait être unanimement validée par tous les membres, Miguel m'a fait comprendre que ce serait trop contraignant que je fasse quelque chose. D'autant plus que chaque projet qui a été réalisé lors de mon séjour avait été pensé en amont, et qu'il y a eu beaucoup de temps hors les murs, ou de pauses (beaucoup de pauses). Je n'ai donc pas eu de réelle participation créative au sein du collectif.

À l'inverse, le stage à *Make it Marseille* s'articulait autour d'un projet que je devais penser et réaliser en «collaboration» avec eux, mais que je devais porter moi-même. Il s'agissait donc de monter l'atelier pour *Park(ing) Day*. Je leur avais envoyé un fichier lorsque j'étais au Portugal composé de plusieurs références et de trois propositions d'ateliers, mais sans réponse. Une fois arrivée au sein du stage -que je commençais normalement plus tôt pour pouvoir développer pleinement le projet- il s'est avéré qu'Emmanuelle ne pouvait pas être là dès le début, et donc que le projet ne pourrait pas prendre davantage de consistance tant qu'elle ne serait pas sur place pour me faire ses retours. Il fallait en effet son amont, car le projet se déroulait avec leur budget, et dans le cadre du stage, donc avec

leur nom. Je suis donc rentrée dans le rôle type de la stagiaire : l'aide à tout faire. Ceci était très intéressant par moment, notamment dans l'apprentissage des outils, dont la découpeuse laser, ou encore le plotter de découpe pour réaliser des éléments manquants de leur signalétique. Au-delà de ces travaux dans lesquels je trouvais de l'intérêt, j'ai passé beaucoup de temps à poncer, couper, découper, clouer, coller et empiler des pièces de commandes. Car *Make It Marseille*, au-delà de gérer le *Fab Lab*, répond également à des commandes extérieurs. Le monde et le fonctionnement de l'entreprise sont donc très présents dans cette structure. Ceci m'a notamment heurtée lors de l'élaboration du projet, qui a pris d'avantage la tournure d'une publicité pour l'entreprise que d'une action réellement citoyenne. En effet, lorsqu'Emmanuelle est revenue, il ne restait alors plus qu'une semaine et demi pour définir le projet, le concevoir, et le réaliser en atelier. On a fait le tour des propositions faites, elle en a sélectionné une et ... a tout changé. L'atelier s'est transformé alors en utopie naïve pour la ville de demain, avec comme phrase récurrente « *Je souhaite que ... Soit* » dans laquelle les participants inscrivaient leurs vœux. Je lui ai expliqué que je trouvais que cette phrase était ennuyeuse, sans jeu, sans saveur et qu'elle était loin de « taper du poing » comme elle l'avancait. Mais bon, je n'avais pas plus de poids que cette phrase n'avais de sens revendicateur, donc je me suis mise au travail. Une fois dans la rue, l'atelier s'est bien déroulé. Les passants -parfois démesurément hélés par Emmanuelle, comme une injonction à la participation- étaient enjoués à l'idée de prendre part à l'atelier, et des phrases intéressantes en sont ressorties. Mais l'atelier n'aura pas pris de portée au-delà de celle établie par le cadre, et les affiches créées finiront loin

des murs, et de l'espace public en général. Par la suite, j'ai monté la vidéo retraçant cette journée, et une fois de plus, j'ai davantage du l'orienter d'un point de vue communicant. Il s'agissait plus de montrer ce que *Make It* réalisait, en collant leur logo à tout va et en montrant de manière artificielle la mixité des publics, que pour informer sur l'événement passé.

J'ai donc de nouveau vécu le stage de manière un peu détachée, me sentant davantage comme un imposteur, qu'avec engagement. L'aspect social et politique revendiqué de prime abord m'ont semblé n'être qu'une mascarade pour pouvoir s'inscrire dans un courant de pensée qui fait sens dans la société actuelle.

Conclusion

Ces stages m'ont donc touchée et retournée au plus profond. Ce que je pensais y trouver n'est pas arrivé et a fait place à l'obscurité. Mais ce n'est sans doute pas que les contextes qui m'ont menée à cette incohérence, mais peut-être davantage mon positionnement par rapport à la société, à la manière d'agir dans celle-ci, mais également mon rapport au graphisme et à la création. Dans les deux stages, les questions autour de l'intervention dans la rue, de la création comme vecteur d'idéologies alternatives, de questionnement et de la recherches de dialogues ont été posées. Les réponses

qui ont été données ont esquissé des voies sans pour ma part les rendre claires.

De plus, l'absence de sens dans les actes lorsque l'on est stagiaire m'a posé problème. Je trouve que, dans la majorité des cas, ce statut est ingrat et ne permet pas de réelle autonomie face aux tâches proposées, et lorsque celle-ci est tolérée, elle est toujours rattachée au compte de quelqu'un, et donc amoindrie.

L'expérience, dans tout ce qu'elle a pu remuer, a donc été intéressante bien que perturbatrice. Elle se rattache directement à ce qui m'intéresse dans le cadre de mon mémoire, et au-delà d'ailleurs : le rapport à la création dans l'espace public, le passage entre subsistance et consistance, le sens des actes, les rapports sociaux, ou encore la remise en cause des cadres eux-même.

FICHE TECHNIQUE

Les outils de la réappropriation

FICHE TECHNIQUE

Introduction	233
I- RECHERCHES	235
Projet 0	237
Projet 1	241
Projet 2	247
Projet 3	251
II- VERS LE MACROPROJET	257
III- LES OUTILS PRIS EN MAIN	265
Conclusion	275

Introduction

Mon travail s'articule autour de la notion de l'espace public, et plus particulièrement de la question de sa réappropriation. En effet, dans le cadre de mes recherches, on a pu voir que c'est un espace complexe, dans lequel s'entremêlent une multitude d'enjeux, tant sur le plan social que politique. L'espace public -compris comme un espace symbolique permettant la publicité des opinions privées- ainsi que les espaces publics -entendus comme les espaces physiques des villes (accessibles et gratuits)- comportent un enjeu commun : la communication. L'espace public est donc

le lieu où se créent des relations afin de faire société, et compose des espaces d'échanges politiques et publics soutenus par une cyberdémocratie. Cependant, l'espace public est menacé. Il cesse d'être polyfonctionnel, mais est également source d'aliénation, dans un contexte où le système ne permet plus de créer de liens entre les gens, a-politise et manipule les désirs et l'opinion publique. C'est dans cet environnement-là que le design graphique peut, à son échelle, accompagner des pratiques alternatives dans une optique de réappropriation -entendue comme source d'émancipation individuelle et collective. Ceci peut-être mis en place au travers d'un design social, pour favoriser une démocratie participative et *habiter* la ville, mais également via un design organique faisant du design graphique un art appliqué à la vie. Mais la réappropriation de cet espace peut également passer par l'émerveillement, le jeu, et l'imaginaire, afin de transcender le quotidien.

Ma réflexion concernant l'espace public est engagée depuis déjà quelques temps. J'ai pu expérimenter des démarches créatives, d'une part dans l'apprentissage des outils permettant de mettre en place un large panel de propositions, mais également aux travers d'interventions *In Situ*.

Je vais donc dans un premier temps présenter les travaux déjà réalisés proposant des pistes de « réponse » à ma problématique ainsi que des critiques en vue de les améliorer, mais également de nouvelles pistes de réflexions dans l'optique d'ouvrir un maximum les possibles pour la réalisation de mon macro-projet. Dans un second temps, je passerai en revue les outils pris en main nécessaires à la mise en place de projets.

I-RECHERCHES

Projet 0

Carnet de voyage, déambulations dans l'espace public

Ce *carnet* constitue pour moi le prémisses tangible de mon intérêt et de ma réflexion concernant le thème de la communication, et plus largement de l'espace public. En effet, la communication, qui est l'enjeu commun aux espaces publics et à l'espace public, nécessite des supports de transmission. En voyage, celui de la langue orale était parfois difficile, j'ai donc choisi d'utiliser le visuel. Ce carnet retranscrit les lieux où je me suis rendue, de l'Uruguay au Pérou, en passant par l'Argentine et la Bolivie, ainsi que quelques

anecdotes. Certaines typographies s'inspirent de celles éprouvées dans l'espace public, le travail de la lettre sur les murs des villes étant très riche. À travers le dessin, j'ai donc expérimenté une manière de retranscrire mes expériences, mais également de les faire partager à d'autres, afin de créer un dialogue avec les habitants.

En repartant de ceci, on pourrait donc imaginer un support de communication visuelle dans l'espace public afin d'intégrer les personnes n'ayant pas les mêmes codes, la même langue. Ceci pourrait permettre de recréer du lien entre les habitants, et de rompre l'ascension discriminatoire présente dans les villes, en ramenant du sensible et de l'humanité.

On pourrait également imaginer une édition fabriquée avec et pour les gens, afin de retranscrire les expériences vécues dans l'espace public, au travers d'une édition augmentée, mêlant analogique et numérique.

Ceci pourrait être fait également avec de la réalité augmentée afin de retrouver les parcours individuels, rendus collectifs via le livre et animer les illustrations réalisées ou reprenant l'idée d'une carte virtuelle et sensible.



Projet 1

La publicité

Dans mon approche à l'espace public, je travaille notamment autour de la relation que nous avons avec les images qui nous entourent dans l'espace public. Nous sommes sans cesse confrontés à un nombre incalculable d'images qui s'entremêlent et se perdent dans la multitude. Le programme développé par Tomasz Sulej m'a permis d'expérimenter ce *phénomène de superposition* et d'interférences. On peut rapprocher ceci du travail développé par le studio Helmo et par l'artiste Jacques Villeglé.

Helmo cherche à retransmettre la complexité des images, notre rapport à celles-ci lorsqu'il s'agit de les déchiffrer, de les interpréter alors que le sens même est altéré. Ceci suit une logique d'empilement de couches, de stratification. L'accumulation de sens, de plans, et d'encre produit au final un « feuilleté » dense. Ceci retranscrit l'équivocité du monde, un monde sur un plan, dans lequel on ne distingue plus les formes ni l'enjeu. Pour Villeglé, la recherche de l'esthétique se trouve dans l'altération. Les restes d'affiches déchirées, lacérées constituent des superpositions, des épaisseurs de papier. Il recherche dans cette lacération la beauté d'une forme, d'une couleur, d'une épaisseur de déchirure, celle d'une tache faite par une main anonyme, d'un graffiti, pour laisser apparaître l'aspect sauvage et spontané en soi de la vie civilisée et urbaine, riche dans sa sauvagerie, de figures de beautés uniques.

Les deux artistes cherchent donc à conserver cet aspect de l'esthétique manuelle, du sensible de l'humain, tout en montrant la beauté et la complexité des images qui s'entremêlent, se superposent ou se déchirent et se confondent. J'ai donc voulu expérimenter ceci en lui ôtant cette dimension manuelle via l'outil numérique. En effet, les images perçues dans l'espace public aujourd'hui sont soumises aux lois de la marchandise, sont standardisées, tant dans leur facture que dans les corps et les objets qu'elles mettent en scène. Elles participent donc à l'aliénation, et à la théâtralisation spectaculaire de notre environnement visuel. Par le métissage de sept publicités différentes, l'image est comme brouillée, cryptée, comme un souvenir fantasmagorique, où l'humain représenté aurait définitivement perdu son essence.

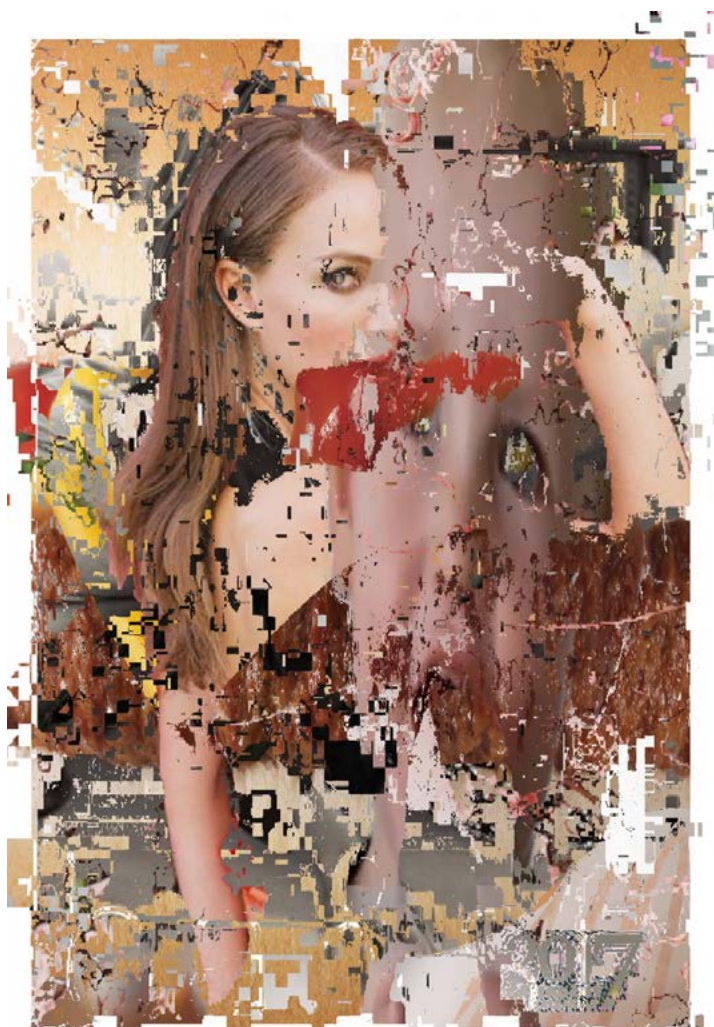
Ce dispositif gagnerait à évoluer, à devenir plus interactif, afin de pouvoir modifier les images présentes, ou encore de créer de l'aléatoire. Mais ceci reste une critique indépendante, et pourrait prendre des couleurs davantage ludiques ou sensibles.

Jacques Villeglé,
Exposé à la comédie
urbaine, Paris, 2008



Helmo, Stratigraphie 1,
Galerie My Monkey,
Nancy, 2012.





Projet 2

Interventions *In Situ*

Ce projet d'*intervention graphique* dans les rues visait à intervenir directement dans la rue pour proposer des interventions graphiques. Il s'intégrait dans un thème plus vaste se rapportant aux motifs vus dans le Musée Borély à Marseille. En binôme, nous avons donc choisi de les exporter dans la rue. Il était question pour nous de libérer le motif du musée, de le rendre accessible à tous, et de l'inscrire dans un contexte inhabituel. Il crée un élément surprenant, suscite la curiosité dans un espace de vie et de passage devenu

commun. En repartant de son origine étymologique du latin motum, on montre que le motif a la capacité de se mouvoir, et non de rester enfermer. De la Belle de mai aux Goudes, en passant par le quartier de la Plaine et du Camas, les motifs s'exportent sur les murs. Ces interventions permettent ainsi la « démocratisation » des interventions graphiques dans l'espace public, mais également de créer du lien avec les personnes vivant dans ces lieux. Les différentes peintures murales apparaissent comme des objets manifestes du Château Borély et sont documentées par un cartel. Il permet aux passants de connaître l'origine du motif, la technique de réalisation et la date d'acquisition par « le domaine public ». Il permet également de faire un clin d'œil à son origine, en créant un fort contraste entre la rue et le musée. Il propose une manière décalée de regarder les choses. C'est une invitation au passant à réfléchir sur la place de l'« art » dans l'espace public, tout en parodiant les codes de l'art contemporain.

Ce projet m'a également permis de prendre en main la découpeuse laser, mais également d'intervenir directement dans l'espace public, de rencontrer des gens intrigués par ces interventions, de m'immerger au plus près de la problématique.

On pourrait imaginer ceci en lien avec les habitants, afin de créer des signes collectivement, et qui correspondent à un ancrage dans un territoire particulier. Ces signes pourraient par exemple marquer leurs pensées concernant un espace, leurs pérégrinations au sein de celui-ci, afin de se réapproprier l'espace public et les signes vus dans le quotidien. On pourrait rapprocher ceci de l'approche qu'à Ruedi Baur dans sa pratique au design, évoquée précédemment dans le cas de Nègrepelisse.



Lien vidéo
Les échappés,
avec Mathilde Escoffier
<https://vimeo.com/210140256>



Projet 3

La création d'un atelier

Ce projet présente l'*atelier participatif* créé durant mon stage lors de la journée *Parking Day*.

C'est un événement ouvert à tous qui mobilise citoyens, artistes, activistes pour transformer temporairement des places de parking payantes en espaces végétalisés, artistiques et conviviaux. «Pendant une journée, les espaces bétonnés deviennent des lieux d'initiatives engagées, originales, créatives et écologiques. C'est l'occasion de réfléchir au partage de l'espace public,

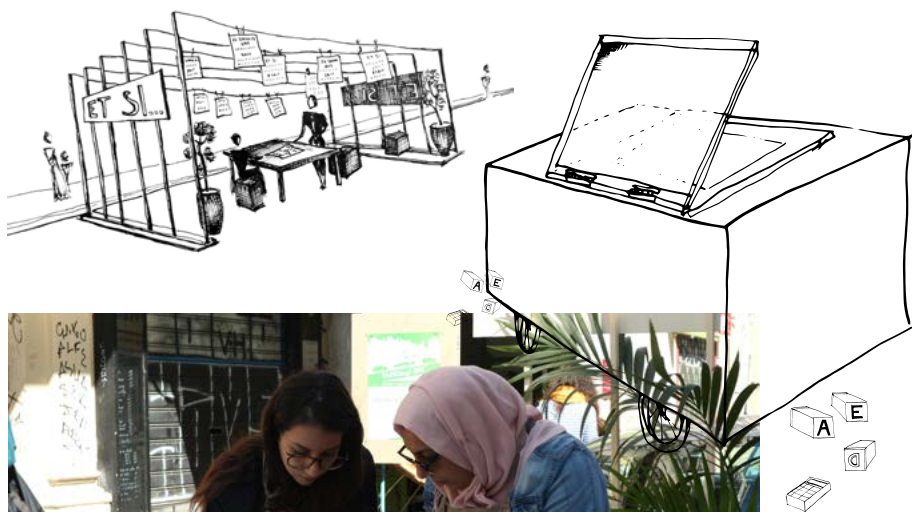
d'imaginer de nouveaux usages urbains et de formuler des propositions pour la ville de demain.»

Ce contexte est donc très riche, mais comporte de nombreuses contraintes, notamment en terme d'espace physique, mais également dans la gestion du temps, l'atelier devant se dérouler dans un laps de temps court, car s'adressant aux passants.

Cet atelier, en invitant à la convivialité et au partage, permettait de s'approprier les outils graphiques proposés (affiches, tampons, peinture...) afin d'y inscrire leurs souhaits pour la ville de demain. Il a donc permis de créer du lien entre les participants autour d'une pratique graphique créative, et de s'interroger ensemble sur la question de l'espace public. Cet événement, par la pratique d'un design social, permet d'activer l'espace afin de recréer des espaces de publicité des opinions privés, et de former un espace politique, le temps d'une journée...

Cet atelier a accueilli de nombreux participants, s'étant tous pris au jeu graphique. Cependant, j'ai ressenti à certains moments une sorte d'injonction à la participation, ce qui n'est pas le but de ce type de projet. Il gagnerait donc peut-être à prendre place dans un contexte particulier, celui d'un carnaval par exemple, d'un festival (ou dans le même contexte si cet événement était plus connu du public), afin que les gens soient disposés à participer, mais ne s'y sentent pas contraints. D'autre part, le projet imaginé au départ ne prenait pas vraiment cette forme, et comprenait davantage l'aspect ludique et surréaliste. Ce sont deux partis pris différents, la visée du premier atelier étant de faire émerger et partager ses idées pour un espace public utopique, et le second joue plus avec les

décalages qu'il peut y avoir et le jeu. L'atelier qui n'a pas pu être mis en place était la forme d'un cadavre exquis géant et collaboratif, avec comme base «Et Si...», qui signifie l'ouverture sur les possibles. Cette proposition avait pour but de questionner l'espace public de manière poétique et détournée. Dans deux boîtes différentes, les personnes auraient inscrit sur des papiers des adjectifs, et des noms se rapportant à l'espace public, et puis par la suite auraient été tirées au sort. Les phrases ainsi formées créent des phrases «absurdes», mais qui invitent tout de même à la réflexion. Elles auraient été imprimées en sérigraphie ou grâce à des tampons.







Pour retrouver la vidéo
« After Movie » de l'événement :
[https://www.makeitmarseille.com/
retour-sur-parking-day-2017-latelier-
et-si-by-make-it/](https://www.makeitmarseille.com/retour-sur-parking-day-2017-latelier-et-si-by-make-it/)

II-VERS LE MACROPROJET

Au-delà des propositions engagées dans la poursuite des projets déjà réalisés, quelques pistes supplémentaires se dessinent, en regard des démarches de réappropriation de l'espace publics développées dans la synthèse. Ces idées méritent d'être enrichies, et vont donc être énoncées succinctement.

En repartant revenant au constat fait par Hannah Arendt montrant que la société capitaliste a pour conséquence de réduire considérablement l'en-commun, et que le monde qui est entre les gens n'a plus le pouvoir de les rassembler, de les relier, ni de les séparer, je souhaiterai développer un dispositif composé de signes

graphiques permettant de relier les hommes. Selon elle, l'organisation de la polis (la cité) se trouve partout où vivent les hommes et la politique prend naissance dans l'espace-qui-est-entre-les-hommes. Il s'agirait alors de donner des outils pour faire renaître cette relation entre eux, afin de restituer du dialogue. Ce pourrait être au travers de signes organiques, c'est-à-dire émanant des gens eux-même. Ceci pourrait prendre la forme d'objets manifestes de la vie de la cité, d'échanges de petits mots etc. Le dispositif pourrait s'inspirer dans son fonctionnement de la girafe bibliothèque (Zarafa III) réalisé par l'association Art Book Collectif à l'occasion du Festival de la Canebière 2010.

Cette immense statue moderne cache en son sein un trou où y déposer des livres déjà lus et en prendre d'autres, et ce, gratuitement. Adapté suivant un autre protocole, ceci permettrait de recréer des liens, mais également la publicité des opinions privées au sein de l'espace public, et la possibilité de rencontre autour de cet objet.

Dans cette idée, j'ai imaginé également un dispositif s'appelant « **l'atelier des idées** », permettant, grâce à un support interactif en bois, de composer des messages au sein de l'espace public. Chacun peut alors s'approprier cet outil, et dialoguer avec les autres habitants. Ceci prendrait la forme d'un grand panneau en bois percé de trous orthogonaux. L'avantage de ce système est que c'est un « mur d'expression » évolutif pouvant sans cesse être renouvelé et modifié. Ce sont les participants qui établissent la composition de leurs idées. Il pourrait prendre la forme d'une ZAT, inclus dans un événement, ou être pérenne au sein de l'espace public. Ces panneaux pourraient donc contenir les idées essentielles, mais, faute de place, ils ne pourraient pas supporter une

réflexion didactique et informative poussée.

C'est pourquoi -si cet atelier est temporaire- on pourrait imaginer un atelier d'écriture sous forme de mini-éditions, guidé par les suggestions faites sur les différents panneaux. Si c'est un dispositif pérenne, on pourrait imaginer une plateforme participative permettant l'expression des opinions de chacun. Chaque forme correspondrait alors à un marqueur pour pouvoir, grâce à de la réalité augmentée, avoir accès aux informations de l'espace numérique.

D'autre part, j'ai proposé dans la synthèse, en regard du mouvement Nuit Debout, l'élaboration d'un système graphique alternatif afin d'accompagner les démarches de ce type. S'inspirant des pratiques des gens, il permettrait de fluidifier la communication, de donner des outils au partage, à l'expression. Ce graphisme se positionnerait -tout comme ce type de mouvement- en marge du graphisme institutionnel et marchand. Il serait donc là pour accompagner le changement et la transmission des idées, et non pour donner des injonctions ou manipuler les esprits tel qu'il apparaît aujourd'hui.

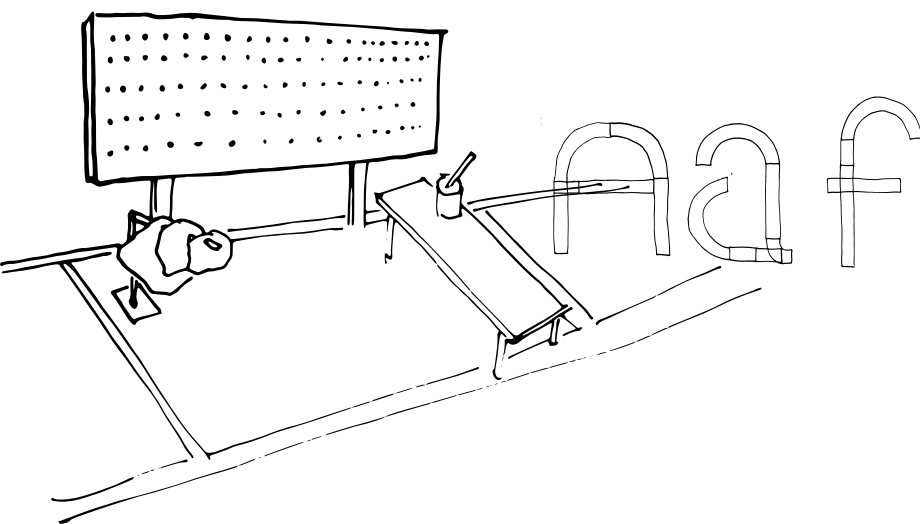
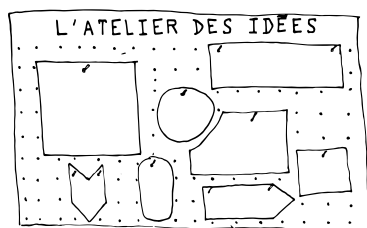
Enfin, en m'inspirant du théâtre de Bertold Brecht ayant lui-même guidé les situationnistes dans leurs réflexions, il s'agirait de créer des situations absurdes dans l'espace public, afin de rompre le spectacle contenu dans la vie quotidienne, et d'inviter à remettre en question la place que l'on occupe au sein de l'espace public. Il s'agirait alors de créer des situations absurdes, dans lesquels l'identification n'est plus possible. L'utilisateur, selon le dictionnaire Larousse, se définit comme étant

une personne qui utilise quelque chose. L'espace public pré-contraint l'usage que l'on en a. Cette proposition invite donc à une prise de conscience sur le monde environnant, notre relation aux autres ainsi que notre manière d'appréhender l'espace. Ces interventions pourraient s'inspirer du *Strange Design*, c'est-à-dire d'un design des objets étranges : des objets dysfonctionnels, énigmatiques, compliqués. Ces objets relèveraient d'une posture que les designers anglais Anthony Dunne et Fiona Raby ont défini de *Critical Design* (design critique). C'est un design spéculatif, réflexif, qui ne veut pas proposer des solutions, mais plutôt poser des questions, qui veut défier les affirmations rapides, les préjugés et lieux communs sur le rôle des produits dans la vie de tous les jours. C'est donc un design qui ne se veut pas affirmatif, c'est-à-dire soumis aux impératifs des systèmes de pouvoir, mais au contraire critique.

Dans son approche, Lefebvre émet aussi le besoin d'imaginaire nécessaire à la vie, et souvent oublié par ceux qui construisent l'espace public. Il s'agirait alors de faire entrevoir un monde différent, une autre dimension possible contenu dans l'espace public, et intervenant hors des cadres établis par la société. Ceci peut avoir comme support l'outil numérique, par exemple par l'utilisation de la réalité augmentée, afin d'ouvrir sur des utopies possibles ou imaginaires. D'autre part, le jeu, comme je l'ai démontré dans la synthèse, est essentiel pour l'émancipation personnelle et collective. Il permet de s'extraire des rôles endossés quotidiennement, et est un outil de sociabilité extraordinaire. Il s'agirait alors de mettre en place des structures dans l'espace public permettant de jouer avec, ainsi que des QR codes permettant de prendre connaissance des règles du jeu.

Ces jeux pourraient prendre la forme de constructions physiques, mais également numériques. On pourrait alors imaginer des pastilles dispersées dans les rues qui intègrent des QR codes ou de la réalité augmenté, afin de découvrir de nouveaux parcours, de découvrir des éléments cachés de l'espace public etc.

Il pourrait également s'agir de créer une *carte-subjective*, en référence à celles proposées par Catherine Jourdan (décrite dans la synthèse). Au travers d'une application, les personnes pourraient alors créer une carte collective et sensible avec un répertoire d'outils graphiques pré-enregistré. Cette carte serait alors augmentée au fur et à mesure par les utilisateurs.



III - LES OUTILS PRIS EN MAIN

Dans l'optique de reconduire cette expérience de rencontres *In Situ*, j'ai construit un **atelier itinérant**. Il est constitué de trois roues (dont deux tout terrain !) afin de pouvoir se déplacer facilement. Les pieds s'adaptent en fonction du sol, les rues étant rarement droite et lisses, et la porte se transforme en plan de travail une fois ouverte. À l'intérieur, différents rangements ont été créés afin de pouvoir disposer les outils. Initialement, je pensais en faire un atelier de sérigraphie itinérant. Ce type d'ateliers permet d'interagir directement dans l'espace public avec les habitants, de créer un événement *In situ*. Cependant, la mise en place de ce type de projet nécessite un budget considérable, et comporte

également beaucoup de paramètres techniques qu'il faut résoudre en amont. Suivant le projet engagé, j'aurai donc le choix de l'utiliser ou non, mais je pourrai aussi en faire une utilisation différente, telle qu'un atelier de tampographie itinérant ou tout autre atelier extérieur nécessitant du petit matériel et un support pour « faire ».

Au travers de cette fabrication DIY basé sur le réemploi d'objets, j'ai donc pu utiliser tout un panel d'outils de construction manuels, tels que la scie sauteuse, la ponceuse etc. Mais j'ai bien-sûr été aidée par ma famille et mes amis, pour l'aspect technique et pratique et afin de rendre la construction plus conviviale !

En outre, j'avais notamment utilisé ce type d'**outils lors de mon stage à Make it Marseille** pour tout ce qui concerne la façonnage d'objets créés par l'entreprise. Ceci comprend d'une part les outils analogiques, tels que la ponceuse, le pistolet à clou, la scie circulaire et la scie à onglet etc. Mais j'ai également pu utiliser des outils numériques, tels que la découpeuse laser et le plotter de découpe, additionnés aux logiciels propres aux machines ainsi que la suite Adobe pour la réalisation des graphismes et de la vidéo.

D'autre part, lors de mon stage à Oficina Arara, j'ai pu enrichir mes connaissances concernant la **sérigraphie**, mais également travailler sur une machine mécanique de grande ampleur. Au travers cette expérience, j'ai pu saisir de manière plus concrète toute la mise en place nécessaire pour sérigraphier, mais également pour transmettre cette technique, au travers de workshops.

Afin de diversifier mes outils, j'ai également pu expérimenter la création d'une **affiche tactile** lors d'un atelier « Makey-Makey » proposé par Alicia Raynaud et Marine Espinasse. En groupe, nous avons donc conçu l'affiche puis nous l'avons transformée en « clavier » grâce à des bandes de cuivre reliées au circuit. Les zones tactiles situées à côté des images sont alors liées au Makey makey et permettent de déclencher les sons enregistrés au préalable grâce à Soundplant. En 2017, j'ai pu également prendre en main d'autres logiciels, tels que Blender, ou Fontforge, mais également aborder les outils de réalité virtuelle avec Unity ou encore la programmation multimédia interactive via le micro-contrôleur Arduino.



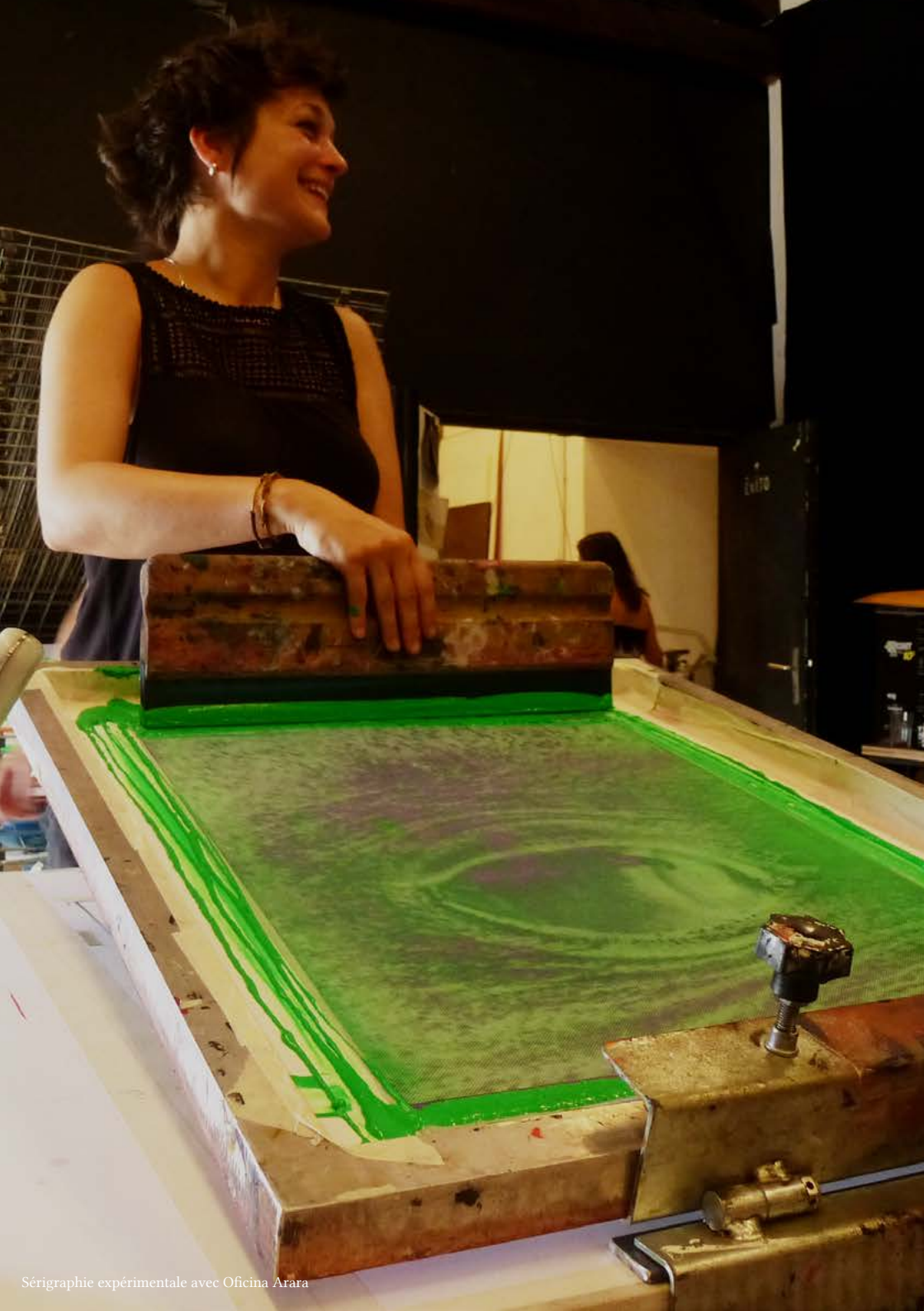
Affiche tactile



Atelier nomade

Atelier nomade







Conclusion

L'espace public recèle donc de nombreuses possibilités pour être réapproprié et rétablir du lien entre les habitants. Au travers d'un design social, voire organique, mais également par une invitation au jeu, à l'imaginaire et à l'émerveillement, l'espace peut redevenir un espace à la fois public, critique, vivant, et politique.

ANNEXES

Lexique et bibliographie

ANNEXES

Lexique	281
Bibliographie	295
Remerciements	297

Lexique

Activisme politique

L'activisme politique est une attitude, une règle de conduite ou un engagement politique qui privilégie l'action directe à court terme par rapport aux principes théoriques et aux actions à long terme. Pour parvenir au changement économique, politique, environnemental ou social souhaité, l'activisme peut aller jusqu'à braver la loi, parfois de manière violente, en questionnant la légalité par rapport à la légitimité.

L'activisme politique est souvent utilisé en dernier recours lorsque les moyens politiques légaux sont ou paraissent impossibles. Certains militants rejettent volontairement les moyens légaux d'action politique par principe (ex : refus de participer à des alliances) ou par souci d'efficacité (ex : en raison du poids des médias et du rôle de l'opinion publique).

Aliénation

La notion d'aliénation (du latin : alienus, qui signifie « autre », « étranger ») est généralement comprise, en philosophie, comme la dépossession de l'individu, c'est-à-dire la perte de sa maîtrise, de ses forces propres au profit d'un autre (individu, groupe ou société en général). Il renvoie ainsi fréquemment à l'idée d'une inauthenticité de l'existence vécue par l'individu aliéné. Ce terme est à l'origine un terme juridique, se rapportant à un transfert de propriété.

Capitalisme

Étymologie : latin «capitalis», de «caput», la tête, au sens possession d'animaux («cheptel»), avec le suffixe -isme, servant à former des mots correspondant à une attitude, un comportement, une doctrine, un dogme, une idéologie ou une théorie. Le sens économique du mot capital est apparu au XVIe siècle.

Le capitalisme est le régime économique et juridique d'une société dans laquelle les moyens de production n'appartiennent pas à ceux qui les mettent en oeuvre.

Le capitalisme est fondé sur :

- l'entreprise privée (il peut exister un capitalisme d'Etat) ;*
- la liberté des échanges ;*
- le pouvoir des actionnaires ;*
- la recherche de profit considéré comme une contrepartie*

au risque encouru ;

-l'accumulation du capital.

Dans la pratique chacune de ces caractéristiques peut être plus ou moins accentuée, donnant à la notion de capitalisme une grande diversité des formes.

Civilité

La civilité est donc pour Sennett la valeur sociétale principale pour chaque individu plongé dans la civilisation urbaine. Cette idéologie transforme les catégories politiques en catégories psychologiques. «Le masque est l'essence même de la civilité». La subjectivité est mise de côté par le masque pour pouvoir sociabiliser, sans que le «moi» pèse sur les autres (marque d'incivilité). «La ville devrait être un lieu où il est possible de s'unir aux autres sans tomber dans la complusion de l'intimité».

Communication

*Étymologie : du latin *communicare*, mettre en commun, faire part de, partage, dérivé de *communis*, 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 (ex : le dialogue).

Le mot communication désigne aussi le contenu de ce qui est communiqué (ex : avoir une communication urgente à faire) ou le fait d'être en relation avec quelqu'un (ex : couper une communication).

Démocratie

*Étymologie : du grec *dêmos*, peuple, et *kratos*, pouvoir, autorité. La démocratie est le régime politique dans lequel le pouvoir est détenu ou contrôlé par le peuple (principe de souveraineté), sans qu'il y ait de distinctions dues la*

naissance, la richesse, la compétence... (principe d'égalité). En règle générale, les démocraties sont indirectes ou représentatives, le pouvoir s'exerçant par l'intermédiaire de représentants désignés lors d'élections au suffrage universel.

Écologie

Étymologie : du grec «oikos», maison et «logos», science, connaissance.

Science qui étudie les relations entre les êtres vivants (humains, animaux, végétaux) et le milieu organique ou inorganique dans lequel ils vivent.

Études des relations réciproques entre l'homme et son environnement moral, social, économique.

En-commun

Richard Sennett, influencé par Hannah Arendt, s'interroge sur les rôles que l'individu joue et qui réduisent, au lieu de l'accroître, l'en commun. L'en commun est vu comme ce qui engage chacun vis-à-vis de l'autre, sans jamais se le subordonner. R. Sennett 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».

Gentrification

La gentrification (anglicisme créé à partir de gentry¹, « petite noblesse »²), ou embourgeoisement urbain en français, est un phénomène urbain par lequel des personnes plus aisées s'approprient un espace initialement occupé par des habitants ou usagers moins favorisés, transformant ainsi le profil économique et social du quartier au profit exclusif d'une couche sociale supérieure.

Le processus de gentrification résulte de l'accroissement de

l'intérêt porté à un certain espace. Les premiers « gentrifieurs » peuvent appartenir à des communautés d'artistes aux faibles revenus, ce qui contribue à l'attractivité du quartier. Ensuite, diverses étapes de hausse des investissements dans le secteur immobilier par les acteurs privés et publics conduisent au développement économique du quartier, à une augmentation de l'attractivité des commerces et une baisse du taux de criminalité. Par ailleurs, la gentrification peut entraîner des migrations de population.

Individuation

Distinction d'un individu des autres de la même espèce ou du groupe, de la société dont il fait partie; fait d'exister en tant qu'individu.

Proxémie

L'étude des distances sociales ou proxémie a notamment été étudiée par Hall.

En fait, notre façon d'occuper l'espace en présence d'autrui est un des marqueurs de l'identité.

Pour exemple, notre proximité spatiale est différente selon notre culture. Ce sont donc nos habitudes culturelles qui nous font prendre différentes places spatiales.

Hall a montré qu'il y avait autour de nous une surface, « une bulle », une zone émotionnellement forte ou encore un périmètre de sécurité individuel. Celui-ci est plus important en face de nous que sur les côtés ou par derrière. On peut parler de notion de bonne distance.

Légitimité

Étymologie : du latin legitimus, fixé par les lois, conforme aux lois, légitime, légal, venant de lex, loi, droit écrit.

La légitimité est le caractère de ce qui est légitime, c'est-à-dire :

- fondé en droit ou en justice, reconnu par la loi (Ex : un enfant légitime),
- conforme à la loi, légal,
- conforme à la Constitution ou aux traditions politiques (ex : un gouvernement légitime),
- conforme à l'équité, à la morale, à la raison;
- qui est justifié, bien-fondé (ex : une inquiétude légitime).

Oligarchie

Étymologie : du grec oligos, petit nombre et arkhê, commandement.

L'oligarchie est un régime politique dans lequel la plupart des pouvoirs sont entre les mains d'un petit nombre d'individus, de quelques familles ou d'une petite partie de la population, généralement une classe sociale ou une caste. La source de leur pouvoir peut être la richesse, la tradition, la force militaire, la cruauté...

L'oligarchie s'appuie sur une pratique du pouvoir collégiale et discrète. L'organisation des pouvoirs peut être relativement complexe avec différents cercles plus ou moins informels. Les régimes oligarchiques se révèlent relativement instables et évoluent souvent vers des monarchies.

Fréquente dans l'Antiquité, l'oligarchie est un mode de gouvernement qui s'oppose à la tyrannie et se distingue de l'aristocratie qui est le gouvernement par les meilleurs, légitimés par des aptitudes particulières.

Open source

La désignation open source, ou « code source ouvert », s'applique aux logiciels (et s'étend maintenant aux œuvres de l'esprit) dont la licence respecte des critères précisément établis par l'Open Source Initiative, c'est-à-dire les possibilités de libre redistribution, d'accès au code source

et de création de travaux dérivés. Mis à la disposition du grand public, ce code source est généralement le résultat d'une collaboration entre programmeurs.

Opinion publique

Pour Rousseau, l'opinion publique, c'est l'«opinion d'autrui dans la société». Il résiste au changement.

L'opinion publique s'avère tout d'abord être plus «culturelle» que politique puis, au sous l'influence de penseurs comme d'Alembert, ou Beaumarchais, ce terme va prendre une dimension plus politique, opposée au despote et garante de liberté. Selon Peichet et Necker, elle est également vu comme une force paisible pour contrer les abus de l'autorité.

Organique (design)

Le design (ou architecture) organique place au centre de ses préoccupation l'interaction entre l'humain, la nature et « l'objet », fussent-il mobilier ou immobilier.

Charles Jenks dans « Mouvements modernes en architecture » (1973) distingue six traditions ou mouvements principaux en architecture qui sont: logique, idéaliste, conscient, intuitif, militant, extrémiste. Il date l'architecture organique du début des années 1950 et la positionne dans le courant intuitif.

Participation

Étymologie : du latin participare, participer, prendre part à, avoir sa part de, partager, répartir

La participation est l'action de participer, de prendre part à quelque chose., exemple : participation à une discussion. En politique, la participation désigne les différents moyens qui permettent aux citoyens de contribuer aux décisions concernant une communauté. Elle est plus particulièrement

recherchée dans les domaines de l'urbanisme et de l'environnement.

Patrimonialisation

Selon Daniel J. Grange et Dominique Poulot, la patrimonialisation est « le processus socio-culturel, juridique ou politique par lequel un espace, un bien, une espèce ou une pratique se transforment en objet du patrimoine naturel, culturel ou religieux digne de conservation et de restauration. Au XIX^e siècle, la patrimonialisation s'attachait à rendre une voix aux monuments altérés par le temps dans un sentiment d'urgence dû à la hantise de la perte. Aujourd'hui, au contraire, la patrimonialisation correspond plus à jouissance promise à une communauté par la (ré)appropriation de biens communs. »

Ploutocratie

Étymologie : du grec *ploutos*, richesse et *kratos*, pouvoir, autorité. Étymologiquement, la ploutocratie est un système politique ou social dans lequel le pouvoir est exercé par les plus riches. Par extension, c'est un système dans lequel le pouvoir de la finance est prédominant. Il se caractérise par de fortes inégalités et une faible mobilité sociale.

Le terme ploutocratie désigne aussi l'ensemble des personnes qui détiennent le pouvoir du fait de leur richesse.

Politique

Étymologie : du grec *politikos*, de la cité.

La politique recouvre tout ce qui a trait au gouvernement d'une communauté ou d'un Etat :

- l'art et la manière de gouverner ;
- l'organisation des pouvoirs ;
- la conduite des affaires publiques ;
- les actions prévues ou mises en oeuvre par une institution,

une organisation, un parti, un Etat, une entreprise, un individu... en vue d'atteindre un objectif préalablement fixé.

Dans une démocratie, l'action politique est légitimée par le vote des citoyens.

Propagande

Étymologie : du latin propagare, reproduire par bouture, propager.

La propagande est l'action de diffuser, de propager, de faire connaître, de faire admettre une doctrine, une idée, une théorie politique. Son but est d'influencer l'opinion publique, de modifier sa perception d'évènements, de personnes, de produits, de convertir, de mobiliser ou de rallier des partisans. La propagande prend la forme de campagnes de diffusion d'informations toujours partiales et déformées, à grande échelle, parfois insidieuses.

La propagande, en tant que stratégie de communication d'un parti, d'un pouvoir politique ou militaire, est à la puissance civile ou militaire ce que la publicité est au secteur des biens marchands.

La propagande moderne exploite les connaissances et les techniques de la psychologie et de la communication. Elle privilégie la manipulation des émotions, au détriment des capacités de raisonnement et de jugement.

Présentiel

Cet adjectif qualifie une manière de fonctionner en situation réelle, dans le temps présent et sans intermédiaire ni média interposé. S'oppose à virtuel et à distance.

Public / privé

Le publicus, en latin, signifie ce qui relève de la souveraineté, et la persona publica, celle qui a charge

d'agir au nom du peuple pour défendre les droits de la communauté. Publicare signifie soustraire à l'usage particulier, à la possession propre. Par opposition, privatus et ses dérivés prennent de multiples sens, évoquant le familial et désignant ce qui n'est pas festif.

Publicité

Étymologie : du latin publicus, qui concerne tout le monde, qualité de ce qui est publié.

Sens 1

La publicité est le caractère de ce qui est public.

Sens 2

La publicité désigne l'ensemble des actions mises en oeuvre par une entreprise commerciale ou industrielle pour faire connaître ses produits ou services et en promouvoir la vente. Son but premier est d'attirer l'attention, puis d'influencer le choix des consommateurs.

Quotidien

La notion de quotidien recouvre plusieurs problématiques qu'il s'agit de penser dans leur articulation : elle engage une appropriation du temps, de l'espace et du corps qui n'est ni le temps et l'espace naturels, ni le temps et l'espace mentaux ; par rapport aux activités fonctionnelles telles qu'habiter, circuler, se vêtir, travailler, le quotidien se définit comme le résultat de leurs interférences et comme un résidu en même temps. Il est aussi à l'interface entre les modalités du répétitif que sont le cyclique et le linéaire ; il désigne enfin l'ensemble des relations de distance, de proximité et de voisinage. Toutes ces problématiques sont au cœur des interrogations portées autour des mutations territoriales qui nous préoccupent.

Quotidien et quotidienneté selon Lefebvre :

La vie quotidienne constitue un ensemble de relations de distances, proximités et voisinages, le terrain et l'enjeu de conflits d'appropriations mettant en jeu l'espace, le temps, le corps.

La quotidienneté serait, quant à elle, la dégradation du quotidien, le produit de la société de consommation.

Relations publiques

Les relations publiques sont l'ensemble des méthodes et des techniques utilisées par des groupements (entreprises, syndicats, partis politiques, États) et par des groupements d'intérêts, pour informer le public de leurs réalisations, promouvoir leur image de marque, susciter de la sympathie à leur égard à l'extérieur et favoriser les bonnes relations à l'intérieur.

Cette communication se fait en général de façon plus personnalisée en intervenant par le biais de relais (système ou organisation qui fait le lien entre deux ou plusieurs agents partageant le même objectif et qui est utilisé dans une large variété de domaines).

Situationnisme

Étymologie : de situation, du latin situs, lieu, emplacement. Le situationnisme désigne un mouvement contestataire philosophique, esthétique et politique incarné par l'Internationale situationniste, «plate-forme collective», fondée par huit artistes en 1957, lors de la conférence de Cosio d'Arroscia. Il est constitué de 70 membres dont 7 femmes et 63 hommes, de 16 nationalités différentes.

Dans son document fondateur, «Rapport sur la construction de situations...», Guy Debord (1931-1994) exprime l'exigence de «changer le monde» et envisage le dépassement de toutes les formes artistiques par «un emploi unitaire de tous les moyens de bouleversement de

la vie quotidienne».

Définition d'une situation construite :

«Moment de la vie, concrètement et délibérément construit par l'organisation collective d'une ambiance unitaire et d'un jeu d'événements.» (Internationale Situationniste)

Société

Etymologie : du latin societas, association, réunion, communauté, compagnie, union politique, alliance, lui-même dérivé de socius, associé, compagnon.

Une société est un groupe organisé d'êtres humains ou d'animaux, ayant établi des relations durables, qui vivent sous des lois communes, qui ont une forme de vie commune, qui sont soumis à un règlement commun (exemple : Société secrète) ou qui ont un centre d'intérêt commun (exemple : Société littéraire).

Territoire

Etymologie : du latin territorium, territoire (d'une ville ou d'un Etat), dérivé de terra, terre, sol.

Un territoire est une étendue de terre occupée par un groupe humain ou qui dépend d'une autorité (Etat, province, ville, juridiction, collectivité territoriale, etc.).

Exemple : le territoire national.

La notion de territoire prend en compte l'espace géographique ainsi que les réalités politiques, économiques, sociales et culturelles. Elle inclut l'existence de frontières, pour un territoire politique ou administratif, ou de limites pour un territoire naturel. La notion de territoire est utilisée en géographie humaine et politique, mais aussi dans d'autres sciences humaines comme la sociologie.

Urbanisation

Étymologie : du latin urbanus, de la ville.

L'urbanisation est l'action d'urbaniser, c'est-à-dire de favoriser, de promouvoir le développement des villes par la transformation de l'espace rural en espace urbain.

Le terme «urbanisation» désigne aussi le phénomène historique de transformation de la société qui se manifeste par une concentration croissante de la population dans des agglomérations urbaines. L'urbanisation se mesure par le nombre d'habitants dans les villes par rapport à l'ensemble de la population, la densité de population, l'extension territoriale des villes et ses conséquences sur le mode de vie.

L'urbanisme est l'art de construire, de transformer, d'aménager les villes au mieux de la commodité, suivant les règles de l'esthétique et de l'hygiène. En tant que discipline et domaine professionnels, l'urbanisme recouvre l'étude du phénomène urbain, l'action d'urbanisation et l'organisation de la ville et de ses territoires.

Écosystème

Étymologie : Terme forgé par le botaniste anglais George Tansley en 1935, du grec Oikos, maison et systema, réunion en un corps de plusieurs choses ou parties, ensemble.

Un écosystème est un ensemble dynamique constitué d'un milieu naturel ou biotope (eau, sol, climat, lumière...), caractérisé par des conditions écologiques particulières et des êtres vivants ou biocénose (animaux, plantes, microorganismes) qui l'occupent.

Il existe entre les différents éléments d'un écosystème des relations d'interdépendance sous forme d'échanges de matière et d'énergie. Le biotope et la biocénose forment alors un système indissociable en équilibre instable, mais qui est capable d'évoluer et de s'adapter au contexte

écologique. Une modification rapide d'un ou plusieurs paramètres d'un écosystème conduit à une rupture dans l'équilibre écologique.

La majorité des ces définitions sont issues du site Internet La Toupie. C'est un site engagé dans lequel j'ai trouvé de nombreuses ressources.

<http://www.toupie.org/>

Bibliographie

Le livre principal sur lequel je me suis basée est *L'espace public*, de Thierry Paquot.

Pour les autres références, telles qu'Hannah Arendt, Henry Lefebvre, Pumain etc., j'ai consulté les PDF en libre service sur Cairn : <https://www.cairn.info/>.

J'ai également écouté de nombreuses émissions sur France culture, mais aussi des conférences filmées.

Paquot Thierry, *L'espace public*. La Découverte, « Repères », 2009

Habermas Jürgen, *L'espace public*, trad. Marc de Launay, Paris, Payot, 1993.

Guy Debord, *La Société du Spectacle*, Les Éditions Gallimard, Paris, collection Folio

Étienne Chouard, *Sommes-nous en démocratie?*, édité par la Relève et la Peste, Montreuil, 2017

Émission France culture, *Pas la peine de crier* par Marie Richeux

Émission France Culture, *à qui appartient l'espace public ? Du Grain à moudre d'été* par Raphaël Bourgois

Remerciements

*Merci aux professeurs et merci à Nina,
Chloé, Mathieu et Fabienne de m'avoir relu!*

POLICE DE CARACTÈRES

LINUX LIBERTINE

PHILIPP H. POLL

IMPRIMÉ EN FÉVRIER 2018

IMPRIMERIE DENIS DIDEROT

L'ESPACE



PUBLIC