



HAL
open science

La civilité tiède. Recherche sur les valeurs urbaines dans les "nouveaux centres"

Sylvia Ostrowetsky, Jean-Samuel Bordreuil, Philippe Chauchoir, Bernard Barilero, Pierre-Louis Spadone

► To cite this version:

Sylvia Ostrowetsky, Jean-Samuel Bordreuil, Philippe Chauchoir, Bernard Barilero, Pierre-Louis Spadone. La civilité tiède. Recherche sur les valeurs urbaines dans les "nouveaux centres". [Rapport de recherche] 531/88, Université de Provence; Équipe de recherches et d'études en sciences sociales (EDRESS); Centre d'études et de recherche en communication, langages et espaces social (CERCLES). 1988. hal-01904320

HAL Id: hal-01904320

<https://hal.science/hal-01904320>

Submitted on 24 Oct 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

531

NOTES DE RECHERCHE N° 8

LA CIVILITE TIEDE RECHERCHE SUR LES VALEURS URBAINES DANS LES "NOUVEAUX CENTRES"

EDRESS

E.D.R.E.S.S.
Equipe De Recherches et d'Etudes
en Sciences Sociales
Universite de Provence
29, Avenue Robert Schuman

13621 AIX EN PROVENCE CEDEX
Tel : 42.59.23.81.

C.E.R.C.L.E.S.
Centre d'Etudes et de Recherche
en Communication, Langues et Espace Social

10, Place Ramus

13100 AIX EN PROVENCE
Tel : 42.27.26.79.

AVERTISSEMENT AU LECTEUR

LA CIVILITE TIEDE

RECHERCHE SUR LES VALEURS URBAINES DANS LES "NOUVEAUX CENTRES"

RAPPORT FINAL

Groupe de travail permanent "Espaces Publics"
(Sous la responsabilité de Sylvia OSTROWETSKY)

Equipe de recherche : Sylvia OSTROWETSKY
Jean-Samuel BORDREUIL
Philippe CHAUDOIR
Bernard BARILERO
Pierre-Louis SPADONE

Rédaction du rapport : Jean-Samuel BORDREUIL

E.D.R.E.S.S.
Equipe De Recherches et d'Etudes
en Sciences Sociales
Université de Provence
29, Avenue Robert Schuman

13621 AIX EN PROVENCE CEDEX
Tel : 42.59.23.81.

C.E.R.C.L.E.S.
Centre d'Etudes et de Recherche
en Communication, Langages et Espace Social

10, Place Ramus

13100 AIX EN PROVENCE
Tel : 42.27.26.79.

AVERTISSEMENT AU LECTEUR

Un seul problème, une seule question, constitue l'horizon du travail que nous présentons : comment conférer une valeur urbaine aux nouveaux centres qui surgissent à la périphérie de nos villes ? Cette entreprise a-t-elle un sens ? Et, si oui, comment en reconnaître et identifier quelques unes des conditions nécessaires ?

Partant, le problème, théorique et pratique, qui s'y trouve posé est celui de l'urbanité.

Deux des recherches que nous menons actuellement varient autour de ce thème problématique commun :

- Une première recherche, ayant reçu le concours du Plan Urbain, du Secrétariat Général des Villes Nouvelles et des Etablissements Publics d'Aménagement de Marne la Vallée, d'Evry et des Rives de l'Etang de Berre, dont l'objet est "l'émergence des pôles attractifs" ;

- Une seconde intitulée "Centralité Urbaine et Fonction Symbolique" subventionnée, quant à elle, par le S.R.A.

Certes les terrains concernés par ces recherches n'étaient que partiellement sécants, mais plutôt que de rédiger deux textes artificiellement disjoints nous avons préféré :

- regrouper en les confrontant les terrains "à couvrir". L'éventail s'en trouve ouvert, des centres des villes nouvelles de Marne, Evry et Vitrolles, à ceux de centres anciens et notamment du Cours Julien à Marseille.

- et appliquer à ces terrains, de manière, croyons-nous, plus heuristique, la problématique commune.

Ce rapport s'inscrit dans la continuité des travaux engagés par deux équipes de chercheurs (1), depuis 1985, au sein d'un groupe de travail permanent "Espaces Publics".

Les réflexions exposées dans ce texte rendent compte d'une étape dans la production de ce groupe de travail, par ailleurs engagé dans d'autres recherches complémentaires (2).

Sylvia OSTROMETSKY, en collaboration avec Jean-Samuel BORDREUIL, a assuré la direction et a été à l'initiative du groupe de travail. Philippe CHAUDOIR a participé, depuis son origine à cette recherche et à son fonctionnement (Evry, Marne & Vitrolles) avec Bernard BARILERO et Pierre-Louis SPADONE (Marne la Vallée, Cours Julien & Vitrolles). Jean-François PADOVANI (Marne la Vallée & Aix en Provence) et Marie-Hélène POGGI (Vitrolles) s'y sont partiellement trouvés associés.

La rédaction de ce rapport, qui, parmi les autres recherches menées actuellement, met plus spécifiquement l'accent sur une approche micro-sociologique de l'urbanité, a été assurée par Jean-Samuel BORDREUIL.

(1) Il s'agit de l'EDRESS, laboratoire universitaire dirigé par Sylvia OSTROMETSKY, dans le cadre du département de Sociologie-Ethnologie et du CERCLES, laboratoire indépendant. Ces deux structures entretiennent un partenariat scientifique depuis 1985 et ont notamment mis en place un groupe de travail "Espaces Publics" sur la base de leurs expériences communes et de la nécessité d'une réflexion théorique approfondie dépassant le strict cadre des contrats de recherche.

(2) On citera notamment :

- "La Ferme Urbaine", Sylvia OSTROMETSKY et Jean-Samuel BORDREUIL (EDRESS), Bernard BARILERO, Philippe CHAUDOIR et Pierre-Louis SPADONE (CERCLES), in "Notes de Recherche n° 7", CERCLES, Mars 1987.

- "Vitrolles : pratique des espaces publics. Centralité urbaine et espace hypercommercial", Jean-Samuel BORDREUIL, Philippe CHAUDOIR, Bernard BARILERO, Marie-Hélène POGGI et Pierre-Louis SPADONE, en cours.

PRESENTATION

Le lecteur sera peut-être surpris par la teneur très théorique du propos. A cela nous voyons deux raisons :

- l'une négative due à la modicité des ressources dont nous disposons et, partant, à la difficulté que nous avons eu à déployer comme nous l'aurions voulu l'ensemble des observations et enquêtes que le sujet méritait.

- l'autre, plus positive, qui renvoie à la difficulté même qu'il y a à conceptualiser cette notion floue et pourtant irremplaçable d'urbanité.

L'idée force de ce travail consiste en effet à définir l'urbanité comme un type particulier d'espace social, tenant à des manières spécifiques, pour les acteurs, d'y négocier et d'y exprimer leurs présences mutuelles. Prendre au sérieux cette intuition initiale, et ceci avec le souci constant de la concrétiser dans la description empirique de nos terrains, suppose on l'imagine une démarche théorique complexe.

Nous avons donc essayé de procéder à l'exploration conceptuelle de ce thème de la manière la plus rigoureuse qui soit. Et peut-être la lecture du texte qui suit en sera-t-elle rendue aride.... Chaque fois cependant qu'il a été possible de "monnayer" notre schéma théorique dans des exemples concrets, nous l'avons fait.

Aussi, nous espérons qu'une lecture attentive de ce travail permettra à son tour, à celui qui y aura procédé, de lire la réalité urbaine de manière renouvelée.

SOMMAIRE

<u>Introduction</u>	5
1) Un déplacement d'objet.....	5
2) Mais une problématique réactualisée.....	11
3) Enjeux de la recherche.....	22
<u>I. Identité et espaces publics</u>	24
1) Spécification de la perspective d'approche.....	25
a) Une difficulté théorique et ses motifs.....	25
b) Le choix de la perspective interactionniste.....	30
2) Mises en jeu identitaires et contextes inter- actionnels.....	35
a) La sortie en ville ou la ville comme scène publique.....	37
b) Identités sociales et espaces classant / déclassant.....	59
c) Identité et familiarités urbaines.....	70
3) Conclusion : identité, images, ville.....	91
<u>II. Identité, urbanité et espaces publics</u>	95
1) De l'identité à l'urbanité : reformulation du problème.....	95
2) Urbanité et centres classiques.....	98
3) Urbanité et nouveaux centres commerciaux.....	119
<u>Conclusion : un phasage problématique</u>	136
<u>Annexes</u>	145
Marseille : le Cours Julien.....	146
Marne la Vallée : le centre commercial Arcades.....	153
Evry : l'Agora et le centre commercial Evry 2.....	160
Observations des pratiques et attitudes au Centre Commercial Carrefour à Vitrolles.....	175

INTRODUCTION

1) Un déplacement d'objet.

Est-ce parce que l'urbanisation ralentit sa progression ? Est-ce parce que le problème est, moins que par le passé (dans le contexte démographique de l'Europe Occidentale), celui de gérer l'expansion urbaine, sa progression sur les marges et la saturation corrélative de ses flux internes ? Le fait est qu'à l'horizon des préoccupations qui animent les urbanistes (mais aussi bien les élus et les citoyens), on trouve en lieu et place de l'objectif ancien de maîtrise du développement de la ville celui plus récent d'y maintenir, voire d'y rétablir ce qui fait son essence : l'urbanité.

De cet inflexionnement la politique urbanistique des Villes Nouvelles témoigne de manière exemplaire. Largement déterminée par la volonté de contrôler la croissance anarchique du tissu urbain des mégapôles elle proposait comme réponse à cette extension indéfinie une sorte de processus de reproduction par "scissiparité" si l'on peut risquer ici une telle métaphore : démultipliant donc en couronne les polarités urbaines et faisant ainsi fond sur cette structure polaire des villes, comme principe intégrateur, aussi bien économique que social et culturel.

Or voilà, ces pôles intégrateurs sont, dans la plupart des Villes Nouvelles, déjà réalisés. Et l'on sait la charge dont ils étaient investis, tout au moins dans la doctrine urbanistique originaires, celles du SDAURP : s'opposant aux tissus amorphes des banlieues, envisagés comme "non-ville", ils devaient produire la différence, et, dirait-on, extraire "de" la ville, nouvelle, de ces zones indéfinies qui n'avaient en commun avec les espaces urbains classiques qu'une densité forte

d'occupation des sols. Ainsi donc, ces centres attractifs sont-ils sortis de terre ; et dès lors leur prétention originelle à ménager sa place à l'urbanité peut-elle être légitimement examinée.

D'où la question de fond qui court à travers ce travail : si l'existence de pôles attractifs est une condition nécessaire de l'urbanité dans les secteurs d'urbanisation nouvelle, est-elle cependant une condition suffisante ? Et c'est en quoi nous nous proposons de mobiliser l'histoire récente de ces Villes Nouvelles comme une sorte de laboratoire expérimental. Espérant y reconnaître certains des traits, dont la présence ou l'absence seraient en quelque sorte garants de la réussite urbaine de ces implantations.

On le devine, le programme d'une telle recherche est à la fois crucial d'un point de vue pratique, et exorbitant d'un point de vue théorique... Si bien que le lecteur qui aborderait ce travail espérant y découvrir des "clefs pour l'urbanité" risquerait de se trouver passablement déçu...

Avant d'aborder de front cette question, peut-être est-il bon de commencer par relever sa relative nouveauté, tout du moins si on la replace dans l'histoire de la Ville Européenne.

Notre culture urbaine, en effet, celle qui trame la mémoire des villes, que nous projetons sur nos espaces, fait volontiers s'équivaloir les notions de pôle central, de centre urbain et d'urbanité ; comme si, d'un mot, la ville n'était jamais vraiment elle-même qu'à son centre ; point privilégié où elle transcenderait la densité et la spécificité des quartiers qui la composent. De même la prégnance de ce lien entre polarité et urbanité, se réaffirme-t-elle à contrario dans l'émergence des phénomènes de City, et de l'espèce de "scandale" que ce phénomène constitue aux yeux des urbanistes : zones centrales - comme quartiers d'affaires - mais dépourvues de toute aménité urbaine, repoussoir défiant, surtout à certaines heures, toute fréquentation citadine.

Or, force est de constater que cette simultanéité, cette production conjointe au centre de polarité et d'urbanité tend à se défaire ou, tout du moins, que sa reconduction n'est plus automatique. De ce point de vue, il importe de mieux préciser le contexte urbain, celui des années 60, qui a présidé au développement des Villes Nouvelles. Croissance urbaine à la

PHOTO A : MARNE-LA-VALLÉE, PANORAMA DEPUIS LA PLACE DE LA COMMUNE

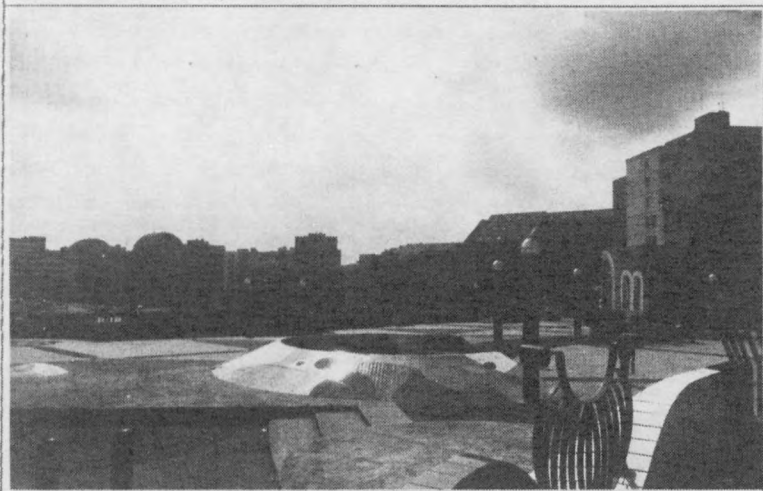


PHOTO B : MARNE-LA-VALLÉE, LE THEATRE D'ABRAXAS (BOFILL)



fois forte et anarchique, comme nous l'avons relevé ; mais aussi "crise des centres". C'est en effet à cette période que les spécialistes de l'urbain, s'avisent, alertés sans doute parce que qui se passe aux USA, de la saturation des vieux centres classiques et de l'éclosion de centralités d'un genre nouveau, qui éclosent à la périphérie des villes et viennent accélérer - du moins le craignait-on - la décrépitude des "coeurs de ville" (1).

Si bien que le back-ground urbain sur lequel vont s'implanter les villes nouvelles juxtapose un tissu amorphe et ces nouveaux pôles, souvent des "centres commerciaux régionaux", qui structurent moins les lieux sur lesquels ils s'implantent qu'ils ne viennent s'y surajouter, "de l'extérieur" (2).

D'un côté, on a donc des entités urbaines qui cherchent à capter et organiser une polarité (Villes Nouvelles), de l'autre des pôles tout constitués dont l'hyperspécialisation - fonction commerciale - et le mode d'implantation et de raccordement au tissu alentour, a plutôt une valeur désurbanisante. Ces hypercentres, d'une certaine manière prennent acte d'une nouvelle donne urbaine, qu'ils matérialisent : ensemble d'agglomérations plus relâchées, dont l'automobile est le médium privilégié, aux déplacements plus extensifs, il semblerait qu'ils viennent "casser" une image classique de la ville, où celle-ci tenait encore à son centre, non seulement pour les valeurs qu'elle y cultivait, mais physiquement, au sens où simplement elle lui était attenante.

On comprend alors pourquoi le problème n'est pas, au pourtour des mégapoles - site privilégié des Villes Nouvelles - de simplement polariser l'espace urbain, mais tout autant d'urbaniser ces pôles attractifs qui y émergent.

Plus concrètement le problème pratique consiste souvent à articuler l'espace d'une ville en quête de polarité socio-spatiale, et un pôle hyper-marchand en quête, lui, de valeur urbaine (3).

(1) La problématique de la "crise des centres" n'est jamais si prégnante dans la pensée urbanistique européenne qu'au tournant des années soixante et soixante-dix. En témoignent les colloques qui lui sont consacrés ainsi que les numéros de revues spécialisées.

(2) Le premier hypermarché périphérique en région parisienne date de 1967.

(3) Dans le meilleur des cas.

PHOTO C : MARNE-LA-VALLÉE, LES "CAMENBERTS" DE NUNEZ

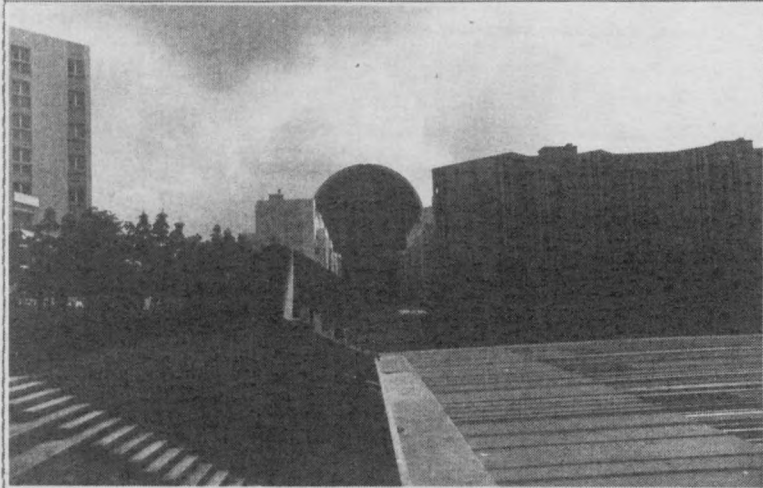
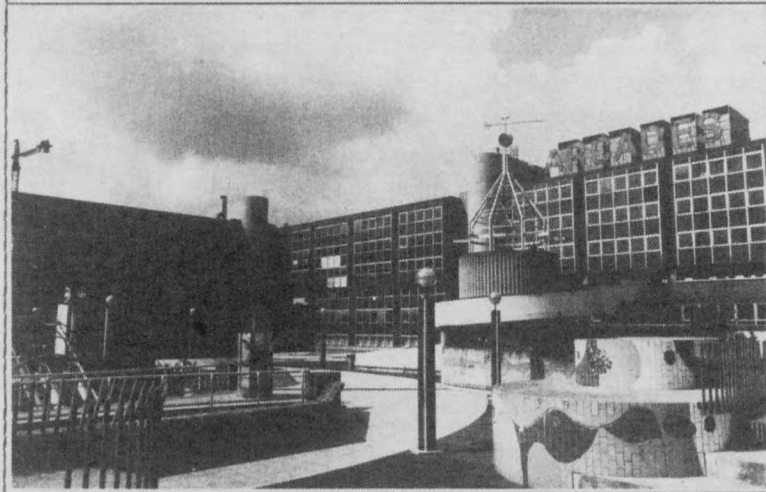


PHOTO D : MARNE-LA-VALLÉE, ENTREE DU CENTRE COMMERCIAL ARCADES PLACE DE LA COMMUNE



Et c'est exactement dans ce cas de figure, quoiqu'à des stades plus ou moins avancés, que l'on se trouve dans les trois sites de référence de cette étude : Centre d'Evry, Centre de Vitrolles et Centre de Marne la Vallée (du moins, un des Centres, celui de Noisy le Grand).

Dans chacun de ces cas, la composition de l'espace central se structure autour de l'articulation entre une zone commerciale (hypermarché et galerie marchande) "régionale" et un centre urbain spécifié comme tel par la présence d'administrations, d'équipements publics et de lieux culturels s'adressant à l'ensemble de la population de la ville.

Mais d'un cas à l'autre l'interpénétration des espaces est plus ou moins aboutie, plus ou moins problématique.

- C'est à Noisy le Grand (Marne la Vallée) que le centre commercial régional est le plus intégré au tissu urbain. On peut traverser ce dernier, par exemple pour aller du Théâtre de Bofill aux Arènes de Nunez, sans passer par lui ; cette intégration est urbaine, elle est également architecturale : du point de vue du paysage urbain le Centre Commercial se fond dans une "gestalt" d'ensemble. Il n'y a par exemple pas de "fronton" jouant le rôle d'enseigne et individualisant le bâtiment. De même les aménageurs ont-ils veillé à ce que la signalétique commerciale s'incorpore à une signalétique urbaine plus générale et ceci au sein même de l'espace commercial.

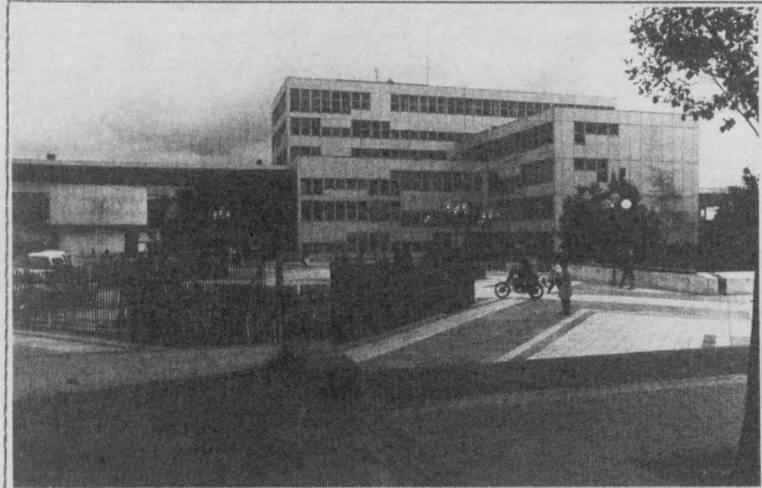
- A Evry aussi le centre commercial régional est lié à l'espace central, mais plutôt par juxtaposition : il se connecte à l'Agora, mais aussi à la zone dite "des passages" qui relie l'Agora et la gare et longe le cours Blaise Pascal. Néanmoins, et à la différence de Noisy, on pourrait dire que cette zone commerciale est en bordure de ville ; on peut y accéder et la pratiquer, dans un environnement visuel (voies d'accès, parking) où le centre urbain n'est pas présent, et qui d'une certaine manière fait obstacle à sa perception.

- C'est à Vitrolles que le lien perceptif et fonctionnel - pour le moment du moins - est le plus lâche. La zone commerciale s'inscrit encore au centre de terrains non aménagés, et se connecte directement sur l'autoroute, qui traverse et désarticule l'espace urbain plutôt qu'elle ne le structure. D'où le sentiment d'une extraterritorialité urbaine de ces espaces, dont l'aire d'impact, qui couvre une bonne

PHOTO E : EVRY, LE CENTRE COMMERCIAL EVRY2 VU DES PARKINGS



PHOTO F : EVRY, ENTREE AGORA ET CENTRE COMMERCIAL EVRY2 DEPUIS "LA BUTTE CREUSE"



partie de l'agglomération marseillaise, n'est pas à l'échelle des quartiers voisins, structurés, comme celui de la Pierre Plantée sur des centralités de taille plus modeste.

Néanmoins, l'entour du centre commercial est-il en train de se construire - secteur du Liourat - ; des équipements centraux notamment culturels y sont programmés et d'un autre côté les partenaires commerciaux envisagent un remodelage de la zone commerciale où le problème du raccordement à l'environnement urbain sera pris en considération : ici l'articulation des deux espaces n'est pas réalisée dans les faits, mais travaille déjà leur infléchissement mutuel.

Pour générales et imprécises que sont ces considérations préliminaires elles ont au moins le mérite de nous aider à définir la manière dont se pose concrètement le problème de la centralité en Ville Nouvelle. En effet, contrairement à ce que le titre de la recherche pouvait laisser envisager ce problème n'est pas de favoriser ou de "contrôler" "l'émergence de pôles attractifs" ; le modèle implicite de "production de centralité" que visait cette désignation de notre objet, était - nous nous en sommes rapidement aperçus - celui du développement du centre moderne, celui qui restructure le coeur des villes à partir du milieu du XIX siècle, et qui sert encore de socle à la plupart de nos "centre-villes". Modèle classique donc d'une centralité qui développe de proche en proche son attractivité par adjonction progressive "d'équipements centraux", lesquelles adjonctions se catalysent mutuellement tout à la fois en accroissant l'influence globale du centre et en bénéficiant de la présence ainsi mobilisée de ces flux croissants. D'où la référence à un modèle qu'on pourrait dire cybernétique pour autant qu'il fait intervenir des notions comme celle d'effet en retour (ici l'adjonction d'un équipement attractif renforce positivement l'attractivité d'équipements connexes, en démultipliant les possibilités latérales de captures de flux d'un équipement à l'autre).

Or un tel processus de polarisation urbaine progressive et "auto-entretenu" a peu de chance de s'enclancher et de s'accomplir dans les tissus urbains périphériques où sont implantées les villes nouvelles. Ou bien la polarisation "naturelle" est fortement improbable, la concurrence des centres lourds et anciens étant trop forte - ceux de la ville

PHOTO 6 : EVRY, L'AGORA - VUE D'ENSEMBLE



PHOTO H : VITROLLES, LE CENTRE URBAIN



"métropole" - ; ou bien elle se produit mais de manière volontaire et provoquée :

- création volontaire de centre urbain du fait des aménageurs (des "missions" puis des Etablissements Publics) qui bénéficient pour ce faire de moyens économiques et politiques tout à fait spécifiques ;

- implantation de centres commerciaux régionaux, qui émergent comme des produits finis, "d'un seul coup d'un seul", et dont les dynamiques d'évolution sont très contraintes.

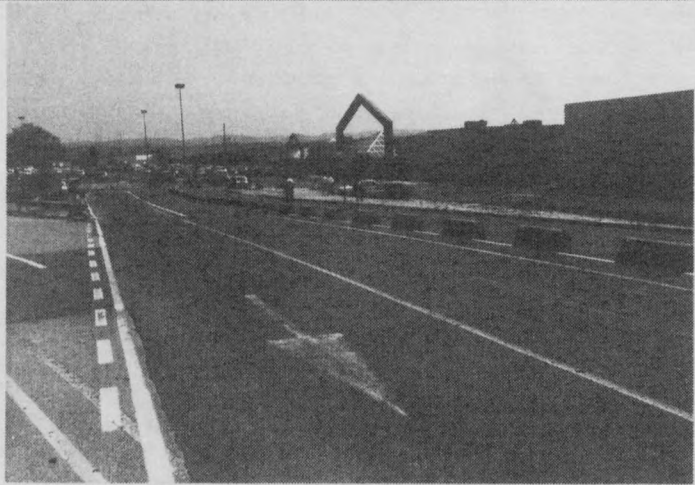
La seule marge de manoeuvre possible, la seule ouverture où s'escomptent des effets de synergie étant alors celle d'une jonction de ces polarités éventuellement concurrentes, susceptible de produire un effet urbain.

Répetons le donc : c'est bien cet ensemble de déterminations que nous avons en vue lorsque nous disons que dans les secteurs où sont implantées les villes nouvelles le problème concret auquel sont confrontés désormais les urbanistes et les élus est moins celui de polariser l'espace urbain que d'urbaniser les pôles attractifs existants.

PHOTO I : VITROLLES, SECTEUR DU LIQUAT SUR "BOULEVARD URBAIN"



PHOTO J : VITROLLES, CARREFOUR - NOUVEAUX AMENAGEMENTS EXTERIEURS



2) Mais une problématique réactualisée.

C'est donc à un déplacement d'objet que nous conduit cette première confrontation avec le terrain. Pour autant le schéma d'intelligibilité que nous voulions appliquer à l'objet initial (l'émergence des pôles attractifs) devient-il caduc dès lors qu'on le mobilise pour rendre compte d'une réalité différente : celle de l'urbanisation des pôles attractifs - "déjà émergés", dirait-on.

Il est alors temps de rappeler ce schéma d'intelligibilité ou, pour employer un terme plus technique, cette problématique.

Comment se produisent les centres ? Peut-on identifier certains mécanismes caractéristiques de la production de la centralité, tout du moins de la centralité urbaine de la ville moderne, celle qui "apparaît" au XIX siècle et se reconduit jusqu'à nos jours moyennant de multiples crises.

Telle est la question englobante qui sert de cadre de référence à notre interrogation, plus spécifique quant à elle.

Sans reprendre l'ensemble du "dossier", c'est-à-dire l'ensemble des textes ou des travaux d'urbanistes s'essayant à expliquer ces mécanismes de développement des centres, on peut tout du moins en faire ressortir certains des traits récurrents les plus essentiels. Ces traits singuliers concernent comme nous venons de l'évoquer deux types d'effets spatiaux :

- les effets latéraux,
- et les effets en retour.

Dans l'implantation d'un équipement au centre l'effet de proximité ou de voisinage semble de fait jouer un rôle décisif. Tout équipement central, défini au plus juste par l'extension de l'aire spatiale où il draine sa clientèle et à raison même de cette aire d'influence, produit un contexte favorable pour l'implantation d'un autre équipement central.

On comprend alors qu'en retour cette co-localisation étaye la "vocation centrale" du premier équipement, c'est-à-dire sa capacité "influente". Tel est le module de base, qui de proche en proche se reproduit pour rendre compte du développement des pôles centraux, et ceci par la conjonction même des deux types d'effets distingués (effets latéraux et effets de retour ou de "feed back"). On fera à ce propos trois observations distinctes.

1. Ce schéma, cette intelligence du développement central comme processus auto-entretenu, bien qu'une terminologie cybernétique puisse lui donner les apparences d'une modernité toute récente est "vieux" comme la ville haussmannienne ; et sans doute même plus ancien. Le débat - largement public - qui s'ouvre en 1840 à Paris sur la question du "déplacement du centre" (1) est alimenté par des analyses très fournies qui célèbrent toutes à leur manière cette auto-productivité de la boule centrale : les experts de l'époque la décrivent bien comme procédant de greffages latéraux où un équipement vient capter une clientèle à l'échelle de l'agglomération, puis amenant la sienne propre élargit celle-ci, ce dont bénéficie le premier équipement, et ainsi s'initie de proche en proche une réaction en chaîne.

2. Pour autant cette première approche ne rend raison que du gonflement des flux - qui croît à ce moment là, et en ce lieu là, il faut le dire, de manière spectaculaire. La problématique des "effets latéraux comme faisant retour" a reçu plus récemment des traitements autrement circonstanciés. Un auteur comme Bertil Thörngren la développe ainsi autour du thème de la diversification. La diversité des ressources et des compétences dans les centres urbains rend possible, pour les entreprises et organismes qui viennent s'y implanter, une délégation, un transfert, une sous-traitance de certaines de leurs activités au profit d'autres agents plus spécialisés. En retour ces organismes peuvent recentrer de manière plus spécifique leurs services au lieu même de leur compétence spécifique. Ainsi s'explicité concrètement la relation forte qui unit les phénomènes de concentration spatiale et d'approfondissement de la division du travail.

3. Mais il convient d'ajouter à ces remarques une troisième observation plus décisive et qui introduira directement à la spécificité de notre problématique.

Il est possible en effet d'élargir l'approche ; et au lieu de simplement envisager les synergies productives issues des

(1) Cf. J.S. BORDREUIL : "La production de la centralité", Thèse d'Etat, Toulouse 1987 : voir notamment les pages 270 et seq.

effets de co-localisation au centre au seul plan fonctionnel des relations entre équipements, on propose alors d'intercaler comme composante nécessaire de ces effets de synergie la strate des publics et de leur mode de composition, qui d'une manière ou d'une autre médiatise toutes les relations que les citadins entretiennent avec l'espace physique et fonctionnel.

La fréquentation des pôles attractifs est certes fortement finalisée. Et la co-présence de services et équipements centraux cumule et renforce les motifs de déplacement et donc l'attractivité du centre. Par rapport à quoi la fréquentation des publics - ou pour mieux dire la "fréquentation de fréquentations" peut apparaître comme un motif secondaire, marginal, c'est-à-dire précisément latéral. Mais dès lors cette lateralité peut-elle faire retour en renforçant l'attractivité de tel espace au détriment de tel autre. Il ne faut en effet pas perdre de vue qu'à la différence des centres urbains des villes du XIX siècle, la situation actuelle, dans un contexte de grandes agglomérations et de forte "motorisation des ménages", remet en cause ce que l'on pourrait appeler la situation de monopole des centres attractifs (extra ou intra urbain) ; et expose donc ces centres à une concurrence mutuelle accrue. Cela se voit bien dans les deux périphéries urbaines, celles de Marseille et du Sud-Est Parisien qui cadrent nos terrains, où la prospérité des centres commerciaux régionaux fluctue en fonction (entre autres choses) de l'entrée en service de nouveaux centres.

Quel est le poids de cette composante latérale des publics dans le fonctionnement de ces centres ? Selon quelles modalités concrètes fait-elle sentir ses effets ? C'est un des objectifs, on l'aura compris, de cette recherche. Mais ce que l'on peut risquer par avance - et dirait-on également par hypothèse - c'est que ce poids, non négligeable dans l'émergence des pôles attractifs, croît forcément dès lors que c'est l'urbanisation de ces pôles qui est en question. Quelles que soient les définitions que l'on se donne de ce qui fait l'urbanité d'un espace, il semble en effet raisonnable de penser qu'elles doivent avoir en commun de pointer une dimension de "sociabilité" minimale de ces espaces, et d'en préciser les conditions pratiques. Pour le dire autrement, mais nous reviendrons sur ce point, plus un espace a vocation à être

urbain, plus la part de la "fréquentation des fréquentations" dans la détermination des pratiques risque d'y croître, et plus l'espace doit être pensé en fonction de son aptitude à ménager ces possibilités d'un tel jeu sociable.

4. Selon quelles règles un public se compose-t-il de proche en proche ? Comment les effets de latéralité et les effets de retour y mènent-ils leurs jeux croisés ? Là encore c'est à la recherche dans son entier de nous apporter quelques éléments de réponse. Faut-il penser que ces "jeux croisés" débouchent forcément sur des logiques de ségrégation, où les publics se composent par triage et à "leur propre semblance" ? Il est certain qu'à ne raisonner qu'en termes de "qualification", d'espaces qualifiants, etc..., on risque de retomber sur ce genre de conclusion.

D'autre part si l'on conçoit que la "composition des publics" ait son autonomie propre, qu'à service égal on préfère pratiquer un espace qu'on juge mieux fréquenté, ou plus agréable, ou plus "stimulant", etc..., à fréquenter, il est non moins sûr que les sorties en centre ville restent pour une part essentielle finalisées (elles ressortissent de ce que Ulf Hannerz (1) nomme le domaine de l'approvisionnement). L'autonomie de la fréquentation des fréquentations n'est donc que relative.

Quel est alors le phasage qui associe/dissocie fréquentation finalisée et fréquentation des fréquentations ? Autant d'interrogations qui constituent encore l'horizon lointain de cette recherche.

Pour essayer de voir plus clair dans ce maquis touffu de déterminations enchevêtrées nous avons alors privilégié un angle d'attaque, une perspective spécifique. Celle de l'identité. Le raisonnement peut se schématiser ainsi : si la fréquentation d'un espace public, et plus précisément du public qui l'occupe, peut affecter les pratiques d'un citoyen (soit qu'elle l'attire, soit qu'elle le repousse) c'est en fonction des "images de soi" qu'elle lui renvoie, ou encore des effets identitaires et réflexifs qu'elle mobilise et fait affleurer à la conscience des uns et des autres. Tel espace, étant donné son public et son mode d'occupation donne-t-il le sentiment à

(1) In "Explorer la Ville", Editions de Minuit, Paris, 1983.

tel ou tel d'être déplacé ? Ou à l'inverse de le "reconnaître" (d'y être reconnu) ? Peut-on disparaître ou se fondre dans ce public ? Cette fusion est-elle menaçante ? Ou bien reconfortante ? Risque-t-on d'y être pris en défaut ? Ou bien de s'y voir gratifier de micro-considérations ? Etc...

Bref, tout espace public est un espace où se distribuent de manière tantôt diffuse tantôt "saillante" des considérations réciproques qui touchent à l'identité des sujets. Et sans doute ce plan singulier de sensibilité imaginaire est-il essentiel pour tenter d'objectiver la strate spécifique de la composition des publics et de comprendre le rôle qu'elle joue dans la détermination d'un espace urbain comme espace d'urbanité.

Tel est, rapidement rappelé, le fil problématique qui structure l'ensemble de notre propos. D'un mot il tend à articuler l'urbanité d'un espace à la latitude de négociation identitaire qu'il ménage aux acteurs urbains.

On comprend alors que le déplacement d'objet, plus haut constaté, qui nous conduit de l'émergence des pôles attractifs à la question de l'urbanisation de ces pôles ne nous fasse pas perdre ce fil (problématique) et, d'une certaine manière, en avive le tranchant.

Quoiqu'il en soit, et outre ce déplacement d'objet, la deuxième information globale que nous avons reçue du terrain conforterait plutôt la pertinence de cette problématique : si son thème est bien en effet celui des rapports entre identité et urbanité, force est de constater qu'il est prégnant, et de manière explicite, dans les pratiques et les stratégies des principaux acteurs concernés par la production des nouveaux centres urbains : élus, urbanistes, commerciaux.

Du côté des urbanistes, c'est sans doute à Evry que la pertinence de la problématique identitaire est la plus affirmée. L'"Agora", centre de la Ville Nouvelle, y est en effet en place depuis plus de dix ans (1) et l'on sait qu'elle avait fait l'objet d'un travail de conception très fouillé et très cohérent du point de vue des valeurs urbaines qui étaient censées s'y "incarner" et s'y spatialiser. D'où la possibilité après coup d'un bilan critique, qui porte non seulement sur les modalités de la réalisation architecturale, mais plus

(1) Elle s'est ouverte en 1974.

fondamentalement sur les principes qui gouvernaient cette réalisation.

Ce bilan critique est, à écouter les promoteurs mêmes de l'Agora, "globalement négatif" (1). Le parti de départ s'appuyait sur les valeurs d'accessibilité, d'ouverture maximale à l'ensemble de la population et de transparence. Ces valeurs, toujours selon l'équipe d'urbanistes, étaient à resituer dans l'ambiance idéologique de l'époque, celle de l'après soixante-huit (2). Or cette ouverture, et cette transparence des espaces matériellement réalisées dans le dispositif urbain mis en place ont progressivement débouché sur un résultat inverse : l'Agora est un lieu "sans formes" que les citadins ont tendance à traverser rapidement, sinon à éviter. Quant à l'idéal de transparence il a plutôt eu pour effet de bloquer le développement de certaines des activités culturelles qui devaient s'inscrire dans ce lieu et lui donner son rayonnement.

Le cas de la salle de théâtre, actuelle salle du CAC, est à cet égard symptomatique. Cette salle était en effet ouverte sur l'Agora (3) : pas de barrière visuelle, ni même de barrière sonore entre la salle proprement dite et la place couverte. Ce dispositif (cette absence de séparation), s'il matérialisait concrètement le parti urbanistique, fut très vite mal vécu par les professionnels qui par exemple ne pouvaient y trouver les conditions d'isolement minimales propices au travail de répétition. La salle fut alors refermée sur elle-même mais sans que le problème de sa visibilité extérieure reçoive une solution architecturale satisfaisante. A vrai dire ces solutions existaient ou existent sans doute (4), mais c'est le problème qu'elles sont censées résoudre qui n'était pas identifié ou pas identifiable dans une logique idéale de la transparence : dans un espace où l'accès "sensoriel" à la chose

(1) Encore que comme lieu de passage et espace de service public l'Agora aux dires des responsables fonctionne parfaitement.

(2) Les urbanistes d'EPEVRY, aussi bien que le responsable de la SEMEC (Société d'Economie Mixte d'Evry Centre) chargé de "l'entretien et de la maintenance" de l'Agora et de ses alentours, font spontanément référence à 1968. P.J. Banyuls, responsable de la SEMEC, nous parle d'une "idéologie post-68", centrée sur "l'animatique", de caractère "festif" et impliquant une "définition conviviale de l'Agora". Les urbanistes d'EPEVRY font état eux aussi d'une idéologie de départ, soixante-huitarde, axée sur le mélange fusionnel des populations et "anti-ségrégation".

(3) P.J. Banyuls définit bien l'idéal qui présidait à un tel aménagement : "les rideaux du théâtre s'ouvrent sur l'Agora", les passants voient le spectacle.

(4) Un nouveau fronton pour le théâtre est en cours de réalisation à l'échéance de 1989.

même devait être la règle, tout ce qui peut ressembler à une affiche ou à une enseigne est forcément de trop, ou "hors-sujet" : point n'y est besoin en effet de garantir la visibilité extérieure d'un intérieur puisque celui-ci déjà se donne à voir.

De la même manière l'idéal d'accessibilité générale, qui devait présider à une appropriation ouverte à tous de l'espace de l'Agora, s'est à terme inversé, en débouchant plutôt sur des pratiques d'exclusion. Cruel rappel à l'ordre de cette vérité un peu triste selon laquelle toute appropriation est simultanément expropriation ? Le fait est que ce sont plutôt les adolescents qui se sont reconnus dans ce programme et ont investi les lieux. Peut-être est-ce également la teneur "ludique" des modes d'appropriation communautaire envisagés qui est en cause. Le terrain de jeux plus ou moins contrôlé (plus ou moins dangereux) ? Que l'Agora devient en tendance suscite alors très rapidement des sentiments "insécures" et des pratiques d'évitement de la part des autres catégories de la population.

Il est alors très significatif de voir comment les intervenants successifs, concepteurs et gestionnaires réagissent à cette dérive et l'analysent. En résumant leur propos on pourrait dire qu'ils sont d'accord sur le fait que la dimension symbolique du centre a été insuffisamment prise en compte dans les partis urbanistiques ; ou encore qu'ils ont eu tendance à négliger les phénomènes d'image et de qualification des lieux.

Le problème est à la fois un problème de lisibilité, "l'Agora on la lit mal", de mauvaise identification des lieux, "le théâtre on passe on ne le voit pas", et partant de mauvaise identification aux lieux. Le risque de "clochardisation" des espaces est alors évoqué. C'est donc du côté d'une meilleure différenciation des espaces qu'un remodelage est tenté, ainsi que d'une revalorisation symbolique de ces mêmes lieux. A cet égard le problème de la fréquentation de l'Agora ne fait que condenser un problème plus général dans la Ville Nouvelle qui est celui que les urbanistes de l'Etablissement Public nous ont formulé en termes de décalage : décalage entre une image "high-tech" des industries implantées à Evry (Ariane Espace, Digital

Equipement, etc...) et une population résidente où les couches les moins favorisées, voire en situation précaire, sont en surnombre. Autrement dit le problème des aménageurs est le suivant : "comment faire pour que les cadres de ces entreprises viennent résider à Evry" et ne restent plus sur Paris ou dans des banlieues plus résidentielles. De même que pour le responsable de la SEMEC toute la question est de faire en sorte que "la clientèle cultivée se rende à l'Agora plutôt qu'au "Théâtre de la ville", comme elle continue à le faire alors que les spectacles sont bien souvent les mêmes".

Et si les urbanistes invoquent parmi les facteurs qui pénalisent l'image d'Evry le fait qu'elle soit desservie par un réseau de trains de banlieue qui n'est pas perçu comme "réseau noble", le responsable de la SEMEC répond en écho que l'Agora recouvrira ses fonctions de centre urbain dans la mesure où elle redeviendra "belle et noble". Bref, le problème est de revaloriser les lieux et de faire en sorte que cette revalorisation objective ("ennoblissement" du lieu) puisse fonctionner comme support de mises en valeurs subjectives : ainsi espère-t-on que les couches sociales qui s'en détournent puissent s'y retrouver, c'est-à-dire s'y reconnaître.

Telles sont donc les médiations selon lesquelles la problématique identitaire, dans le discours des urbanistes, fait retour au centre ; c'est-à-dire en un lieu d'où elle avait été écartée au profit d'une valorisation du brassage et des mélanges conviviaux.

Du côté des commerciaux, la prise en compte des composantes identitaires des pratiques de consommation est sans doute à la fois plus ancienne et plus affirmée : elle nous semble être en effet un des corrélats "obligés" du travail publicitaire. L'annonceur cherchant à faire circuler ses produits, est d'abord confronté au problème de la circulation des messages sur ses produits. Ce problème est affaire "d'émission", de diffusion de signes ; mais il est aussi affaire d'audience ou de réception : comment s'assurer de la réceptivité des clients potentiels ? Il faut alors "diligenter" des enquêtes circonstanciées sur les systèmes de valeurs des différentes clientèles et sur la manière dont ces clientèles associent ces

valeurs à tel ou tel type d'objet ; bref, trouver les moyens, pour que le message soit reçu, de parler le "langage des objets" propre aux récepteurs. Les commerciaux "travaillent" donc l'identité selon une logique de cible, c'est-à-dire, en prenant leur métaphore au pied de la lettre, qu'ils identifient des segments "vulnérables" (1) de clientèle non moins que des "principes de vulnérabilité", c'est-à-dire des modes de sensibilité. Et dans un second temps ils redoublent la consistance de leurs cibles (segmentarisent effectivement le marché) en les "criblant" de munitions imaginaires appropriées, attachées aux objets, et dans lesquelles ces cibles sont conviées à se reconnaître (2).

On voit donc en quel sens on peut dire que les commerciaux "respectent" les différentes identités, et en quoi leur approche du problème est elle-même différente de l'approche des urbanistes. Il y a de leur côté une plus grande maîtrise pragmatique de la dimension identitaire des pratiques mais c'est parce que cette maîtrise est fonctionnelle et fonctionne effectivement : en tendance elle est un des rouages efficaces de la distribution de marchandises, pour autant qu'elle permet de retrouver et de "réappeler" le langage de la distribution propre à la consommation des objets. Mais en même temps on saisit bien en quoi cette source de savoir est la face positive d'une médaille dont le revers est constitué par la différence des finalités sociales poursuivies : au lieu que l'urbaniste a à se préoccuper des modalités spatiales garantissant les possibilités d'un "vivre-ensemble", le marchand se soucie simplement d'écouler ses marchandises en garantissant, dirait-on et pour paraphraser une formule connue, "à chacun son chacun".

On dira donc que les objets sur lesquels travaillent ces professions distinctes ne sont pas les mêmes et qu'il n'y a là rien d'étonnant. On le dira et on ne le dira pas : la nouveauté est en effet que, plus délibérément que par le passé, et notamment depuis l'apparition des centres commerciaux régionaux, les commerciaux se préoccupent d'espace ; d'où l'apparition de la notion d'urbanisme commercial. Certes, suite

(1) Sous entendu : à la pénétration de tel produit.

(2) La publicité fictionnelle en effet, consommant ses objets idéaux, des sujets non moins idéalisés et proposés comme supports identificatoires.

à la loi Royer, la mise en place des commissions chargées de subordonner l'ouverture d'hypermarchés à une évaluation préalable de l'offre urbaine de commerces est un des terrains principaux sur le socle duquel cette notion prend un sens pratique. Mais il ne faut pas oublier non plus que l'implantation de ces équipements lourds s'accompagne généralement d'un travail de planification spatiale très maîtrisé et très souvent (1) "savant". L'urbanisme commercial est donc un des nouveaux "foyers pratiques" où s'expérimente, s'élabore et se matérialise un savoir qui porte à sa façon sur les rapports entre spatialité et identité. Et c'est là que nous voulions en venir ; et c'est pourquoi aussi nous avons au passage rappelé quelques considérations générales sur la manière dont le savoir marchand mobilisait au préalable la problématique identitaire.

Et c'est pourquoi aussi, nous avons cru bon de rappeler au préalable les déterminations éminemment pratiques qui donnaient à ce savoir marchand (sur l'identité) son sens et sa fonction.

Pourquoi et comment ce savoir se spatialise-t-il ? La logique du raisonnement est simple à reconstituer.

Jusqu'alors le travail de l'agent publicitaire portait principalement sur l'emballage du produit : emballage physique, mais aussi emballage plus idéal des "messages" qui en accompagnent la course ou la devancent. Un "saut qualitatif" s'opère dès lors qu'il s'agit de travailler sur l'espace physique de circulation, ou, dirait-on, dès lors qu'il s'agit "d'emballer l'emballage". Le développement du système des franchises commerciales a sans doute contribué à accélérer un processus dont la règle pourrait se résumer dans le principe suivant : pour vendre il faut d'abord (ou aussi) vendre l'espace de vente. Aussi la sorte de "convocation identitaire" qu'opère le discours publicitaire porte tout autant sur le lieu lui-même que sur l'objet, arraisonnant ainsi l'espace à sa logique signifiante et identifiante.

C'est dans ce cadre que les grandes chaînes de distribution implantées dans les centres commerciaux régionaux ont toutes été amenées assez récemment à réviser leur stratégie d'image,

(1) La zone commerciale de Plan de Campagne entre Aix et Marseille est un des rares centre-exemples, du moins dans notre zone de travail, d'urbanisme commercial "sauvage".

et à initier des politiques de requalification de leur espace de vente.

L'initiative la plus spectaculaire étant, d'un point de vue médiatique tout au moins, celle de Auchan qui a ouvert un lieu cultuel en plein centre commercial. Les concurrents interrogés restent certes ironiques, arguant qu'il y va là d'une politique d'image - de revalorisation d'image de marque - plutôt que de qualification réelle des lieux.

Néanmoins une convergence se dessine dans ces stratégies, autour par exemple d'un enrichissement des fonctions de ces centres. Le modèle visé est clair : c'est celui d'une polyfonctionnalité proprement urbaine. Une étude de marketing commanditée par Carrefour permet de mieux saisir l'enjeu d'une telle politique : dans la répartition des achats courants/exceptionnels la ville garde l'avantage, de fait dans nos enquêtes les clients notent souvent que bien qu'ils puissent disposer dans les centres commerciaux de produits de qualité, voire parfois "luxueux", ils préfèrent se les procurer dans les centres des villes. D'où la stratégie de donner "visage urbain" à ce qui ne l'a pas pour améliorer qualitativement la manière dont la ménagère y remplit son caddy.

L'image des lieux, son aspect qualifiant, est donc une donnée clef au plan même de la rentabilité marchande.

3) Les enjeux de la recherche.

On saisit donc comment "urbanistes" aussi bien que "commerciaux" rencontrent dans leurs domaines respectifs le problème de l'identification comme problème crucial : identification des lieux et identification aux lieux.

Mais il faut aller plus loin : en effet leurs approches ne sont pas simplement parallèles mais qui plus est - et tout particulièrement dans le cadre des Villes Nouvelles - elles apparaissent comme convergentes.

Nous avons avancé plus haut que le problème de la centralité en Ville Nouvelle revenait pratiquement à un phasage entre espace marchand (centres commerciaux régionaux) et espace urbain (centre public). A la lumière de ce que nous venons de développer on peut affirmer que ce phasage n'est pas simplement affaire de circonstances - deux espaces à "bout touchant" qu'il faudrait raccomoder - mais qu'il a peut-être des bases internes plus essentielles.

Dans une logique "d'urbanisation" de leur espace commercial les grands distributeurs n'ont intérêt ni à se couper du tissu urbain environnant, ni à fortiori à phagocyter l'animation de ce tissu en polarisant toute l'attractivité du lieu. On voit ce qu'ils ont à gagner à s'ouvrir à la ville "co-existante" : ils y laisseraient une partie de leur image suburbaine dont ils commencent à ressentir les effets négatifs.

Du côté des urbanistes et pour autant que cette urbanisation du commercial prenne sens dans un procès de qualification de l'espace il y a là la chance de trouver un appui massif - c'est le mot - dans leur stratégie de mise en valeur symbolique des espaces centraux.

La complémentarité peut sembler trop idéale pour être honnête... Et cette alliance du civique et du mercantile peut laisser rêveur. Mais d'un autre côté cette synthèse n'est-elle pas celle, essentielle à notre culture urbaine, que nous lègue le centre classique de la ville européenne ?

Cela dit nous avons bien conscience que la reconduction de cette figure idéale du passé est rien moins qu'automatique... Reste que des dialogues se nouent ; qu'à Vitrolles à la faveur d'une restructuration interne de la zone commerciale les commerciaux s'avisent que leur zone est située en pleine

agglomération urbaine et proposent une concertation aux urbanistes de l'Établissement Public ; qu'à Evry le directeur de la SEMEC négocie avec les commerçants d'Evry II au niveau de la régie publicitaire de manière à ce que, au plan des signes et des annonces publicitaires tout au moins, la séparation entre galerie marchande et espace urbain soit remise en question.

Reprenons donc, pour clore ce chapitre introductif. Plus question d'émergences de pôles attractifs sur nos terrains : ces pôles sont là, déjà là, lourds et drainant une population massive. Le problème est plutôt de donner visage urbain à ces pôles. Et ce problème est pratique et théorique. Théorique : qu'est-ce que l'urbanité ? Et pratique, doublement : pour les commerciaux à la recherche de la production d'ambiances urbaines ; pour les urbanistes eux aussi à la recherche de tels effets, même si les motifs sont différents.

En outre, les constats critiques, les analyses se recourent quant à leur argumentaire. Les espaces urbains et marchands sont des espaces où des identités se quêtent ou se déclinent ; ils sont aussi pratiqués pour cela ; et c'est pour ne pas avoir assez pris au sérieux ou du moins maîtrisé cette donnée que les espaces existant ne sont pas appropriés ou investis comme ils devraient l'être...

Bien entendu de ce que notre problématique, focalisée sur la question identitaire, trouve un écho tangible dans les analyses pratiques des acteurs, il ne suit pas qu'elle soit - ipso facto - rigoureusement construite. A l'inverse cet écho garantit néanmoins la pertinence "pratique" de notre travail - même si nous ne pouvons préjuger de sa qualité - : il est raisonnable d'espérer en effet qu'une meilleure maîtrise théorique de la manière dont les identités se mettent en jeu dans l'espace urbain sera de nature à enrichir les réflexions des principaux acteurs.

IDENTITE ET ESPACES PUBLICS

Si donc un consensus semble s'opérer autour du rôle que joue la mobilisation d'un sentiment identitaire dans la pratique des espaces urbains et sur les effets positifs ou négatifs (sur le développement même des pôles centraux) que peuvent entraîner ces images de soi qu'un environnement public ne manque pas de renvoyer à ceux qui le traversent, la question reste entière de savoir selon quelles modalités concrètes s'effectuent ces mobilisations et ces renvois.

Cette question portant sur les rapports entre identité et espaces publics nous avons choisi de l'explorer de manière progressive en travaillant sur un double registre.

Un registre théorique : il s'est agi de faire un rapide tour d'horizon des ressources du savoir sociologique en la matière.

Un registre plus empirique : nous avons eu le souci de confronter les éléments de théorie glanés au fil de nos lectures aux observations directes que nous pouvions faire sur nos différents terrains.

De ce va et vient entre les deux registres nous attendions d'un côté une acuité analytique plus "pointue" dans l'intelligence des situations concrètes que nous observions et d'un autre un "re-travail" ou une complexification des catégories théoriques mobilisées dans l'investigation.

Ainsi en est-il, classiquement, de tout travail de recherche.

1. Spécification de la perspective d'approche.

a) Une difficulté théorique et ses motifs.

Le simple rapprochement de ces deux termes circonscrit - par intersection - un champ d'investigation. Il suffirait donc pour "couvrir" ce terrain de partir d'un de ces termes et de l'envisager du point de vue de l'autre ; au choix.

Abondance de travaux ont été publiés sur la question des espaces publics, de l'opposition public/privé ; ou encore et par exemple sur la notion d'espaces intermédiaires : quelle place ces références laissent-elles à la dimension identitaire des pratiques ? Cela pourrait constituer une première manière de mobiliser ce corpus de références théoriques du point de vue qui nous intéresse. Mais on pourrait faire le chemin inverse : "partir" du thème de l'identité, des identités sociales, de leurs soubassements structurels, de leur "crise" contemporaine, etc..., et voir comment un certain nombre d'approches rencontrent, ce faisant, la dimension spatiale.

Or, en étant ici un peu "abrupt" il semble bien que ces chemins soient peu praticables pour autant que les thèmes se recoupent peu et que "l'intersection" évoquée soit proche de l'ensemble vide.

Expliquons-nous : dans le corpus de la sociologie urbaine française, il nous semble par exemple que la gradation des espaces, du privé au public en passant par "l'intermédiaire", fait d'abord fond sur (et à juste titre) des différences d'accès.

Ces différences d'accès sont elles-mêmes discriminantes ; elles sélectionnent différemment des sous-groupes d'étendues diverses : plus l'accès est réservé plus le sous-groupe est restreint et plus son identité est "saillante". C'est donc autour de cette notion d'accès réservé qu'un rapport entre espace (territoire) et identité est pensable : l'étayage d'un sentiment identitaire (d'appartenance à une communauté) s'y monnaie en appropriation exclusive. A contrario l'espace public comme espace ouvert rompt avec cette dimension territoriale et est envisagé comme lieu de l'universel, de l'indifférence aux différences (pour utiliser les termes de G. Simmel) : ce qui s'y perd en identité s'y gagne en démocratie (en droit

d'accès). Le thème de l'espace public est alors un pont commode où une problématique de la citadinité peut déboucher sur une problématique de la citoyenneté (1). Donc, selon cette logique idéale si l'identité a à voir avec la dimension spatiale c'est plutôt sous la forme du territoire et de son appropriation privative (réservée).

Partons alors de la source inverse : du "réservoir" de travaux sur les identités sociales et leurs crises contemporaines. Sous quelles formes s'y présentent le plus fréquemment la dimension spatiale ?

Il suffit de prendre l'exemple des études sur les identités régionales pour voir émerger deux figures : celle du "pays" (perdu) et celle de la racine (coupée). Ici, on a affaire non pas à des appropriations exclusives mais à des ancrages menacés, à des "terroirs" qui entrent en flottaïson : exils, déportations de population ; ou bien, dirait-on, déportation sur place quand on vole à la communauté locale ses signes de reconnaissance (sa culture) ; et ceci à l'échelle d'un pays, comme d'un quartier, dont la mémoire et les singularités, par exemple, s'effritent face aux mutations fonctionnelles ou démographiques...

Si l'identité est atteinte c'est alors parce que le socle même de l'habiter est atteint. Tel est le vecteur qui unit espace et être : "poétiquement habite l'homme ..." ; ou encore son élément est celui de la "résidence".

Reprenons nos deux trajets et faisons le point.

Dans un premier sens, plus on s'approche de l'espace public plus la dimension identitaire semble s'évacuer, puisque la fonction idéale de l'espace public semble être "d'homologation". Dans l'autre sens, l'analyse des ressorts par quoi une identité se reconduit ou entre en crise rencontre l'espace mais sous la forme du point d'ancrage : pour faire formule on pourrait dire de ce type d'analyses qu'elles "s'assignent à résidence" et "ne sortent" pas prendre l'air de l'espace public... (2).

On le comprend il ne s'agit pas de reprocher à ces recherches de ne pas traiter un objet, qu'elles ne se proposent

(1) On peut par exemple se référer au travail de J. Habermas : "L'espace public", Ed. Payot 1978.

(2) Que l'on se reporte par exemple à l'ouvrage de F. Lévy et Marion Segard : "l'Anthropologie de l'espace", publications du CCI et au chapitre sur l'identification : les références à l'espace de la maison y sont massivement dominantes.

d'ailleurs pas de traiter. Mais ce tour d'horizon a d'abord pour fonction de montrer que les références qui abordent de front notre problème sont plus rares qu'il ne pourrait y paraître, et secondairement de nous mettre sur la piste d'une explication possible (de cette rareté).

Venons-en donc à celle-ci, sans plus de précautions : si peu de recherches articulent l'espace public à ses fonctions identitaires c'est, nous semble-t-il, que de manière dominante dans la sociologie française les rapports entre espace et identité se pensent le plus spontanément dans la catégorie du propre, ou pour mieux dire de l'espace propre.

Or qu'est-ce qu'un espace public, sinon un espace, en droit, où tout le monde a accès ? Dès lors ce qui fait sa définition fait aussi qu'on ne peut y identifier un individu selon la place qu'il y occupe : ceci parce que s'introduirait ipso facto l'idée d'une "privativité" c'est-à-dire d'un espace propre (au double sens de l'appartenance exclusive et de l'expressivité)

Ainsi, alors même qu'on ne peut méconnaître le fait que des identités, des "sentiments de soi" se mettent en jeu dans ces espaces, on ne peut se reposer (c'est le mot), pour en rendre compte, sur le schéma de l'appropriation et sur son socle territorial.

Ce schéma, qui remonte sans doute dans la tradition de la sociologie urbaine française aux travaux de Henri Lefebvre articule classiquement - selon les catégories de l'individualisme bourgeois ou libéral - les dimensions de l'être et de l'avoir. Il fait fond sur l'idée d'un processus selon lequel c'est dans l'appropriation d'un territoire qu'un "propre" se construit ou advient (il identifie donc possession et expressivité de l'être).

Comment donc comprendre les phénomènes identitaires en milieu urbain en faisant l'économie de cette catégorie du propre (de l'espace propre) ? Tel est le problème.

Peut-être conviendrait-il alors de se tourner vers la sociologie des objets : après tout les centres urbains sont par excellence des lieux de distribution de marchandises, et de consommation. Et précisément les différentes sociologies de la consommation, qu'il s'agisse de celle de Jean Baudrillard ou de

celle de Pierre Bourdieu mettent l'accent sur le rôle de support identificatoire (ou "distinctif", ce qui revient au même) des pratiques de consommation. Au titre de gigantesque vitrine, le centre urbain pourrait être ainsi appréhendé comme une sorte de laboratoire, ou mieux de "studio" où les citadins viendraient tester et "computer" des images virtuelles d'eux-mêmes, celles que leur donnent à voir par anticipation les fictions publicitaires...

Il se peut même que ces espaces publics et marchands, les sujets les traversent tout armés, tout "carapaçonnés" des munitions imaginaires qu'effectivement le symbolisme publicitaire peut leur fournir. Cependant ces "représentations de soi" dont le cortège d'objets (dont on est affublé ou que l'on vient quérir) peut entretenir la fiction, encore faut-il qu'elles se mettent en jeu - et sans cesse - dans des procédures toujours à réactualiser de "présentation de soi". Le citadin plongé dans l'espace public n'est en effet pas seul, absorbé dans la contemplation de l'image que lui renvoie le miroir des objets (miroir tantôt flatteur, tantôt ingrat) : il est aussi ou d'abord en présence d'autres, aux regards desquels il a toujours à renégocier, à remettre en jeu cette image virtuelle. Soit que ces considérations latérales confirment cette image, soit qu'elles l'infirmement.

Ni racine donc, ni narcose (1), pour penser la mise en jeu urbaine des identités ; plutôt convient-il de partir comme nous venons de commencer à l'évoquer du schéma et de la réalité de l'exposition publique (au regard des autres) : socle éminemment mobile, précaire, problématique et cependant irréductible.

Par anticipation sur l'analyse on sait bien qu'à situer l'identité, le "sentiment de soi", sur cette scène de l'exposition publique, on la dote de caractéristiques qui tranchent avec les attributs qu'on lui accorde habituellement.

Ainsi, la dimension temporelle dans laquelle elle s'accomplit est moins la perdurance d'un être que l'actualité d'une "prise de conscience". Le sentiment identitaire est quelque chose qui, en milieu urbain et sur la scène de l'exposition, advient au sujet : avènement parfois ; événement toujours. De même cette identité plutôt que d'être une qualité qui s'attribue à un état apparaît comme le complément d'objet

(1) Narcisse, narcose : la racine lexicale est la même : rien donc de stupéfiant dans ce rapprochement...

direct de verbes : les verbes infirmer, affirmer, confirmer, comme on va le développer.

Bref, il y a une opérationnalité de l'émergence du sentiment de soi en milieu public et c'est d'elle que nous partirons.

Et cette opérationnalité est elle-même envisageable sous deux aspects :

- elle est cognitive, elle met en jeu des procédures de comparaison, de classement, d'inclusion (pas d'identité sans opérations d'identification) (1) ;

- elle est pragmatique ; c'est-à-dire que ces opérations cognitives sont toujours situées, et s'enclanchent dans des contextes situationnels spécifiques. Quelles sont les différentes sortes de "théâtre pratique de ces opérations" que l'on peut distinguer ? : voilà l'objet de cette première partie du travail.

(1) Cf. Sylvia OSTROWETSKY "La dynamique sociale urbanité/identité" in La théorie de l'Espace Humain CRAAL/FNRS/UNESCO, Genève 1986 pp 197/205

b) Le choix de la perspective interactionniste.

"Le soi en tant qu'il est à lui-même son propre objet est une structure sociale et prend naissance dans l'expérience sociale".

G.H. MEAD : "Le Soi, l'Esprit et la Société".

Cette phrase de Mead, mise en exergue, ne peut mieux définir notre programme, ou plus exactement, vu sa généralité, la philosophie théorique qui préside à ce programme. Et comme telle - comme "enseigne" de notre travail - elle est lourde d'implications redoutables.

Elle impose en effet, si on la prend au sérieux, qu'on définisse notre champ d'investigation - les pratiques sociales attestables dans nos nouveaux centres urbains - comme une somme, un ensemble complexe et toujours renouvelé d'expériences sociales, c'est-à-dire de manière d'être et de réagir à des situations publiques. Elle suppose en second lieu qu'on puisse référer différents types de mobilisation ou d'émergence du sentiment de sa propre identité à des différences repérables dans ces situations publiques.

Dans cet ordre d'idée nous distinguerons trois types de contextes situationnels, tous observables et observés sur nos différents terrains, et détaillerons les modes d'identité qui s'y mettent en jeu (voir ci-dessous pages 35 et seq).

Quelles sont donc les circonstances concrètes qui dans le cadre d'un espace public favorisent ou suscitent ces états réflexifs dans lesquels le soi - serait-ce de manière fugitive - "devient à lui-même son propre objet" ? On aimerait pouvoir se poser cette question de la manière la plus simple et la plus frontale et lui apporter une réponse qui fasse écho directement aux expériences élémentaires que tout un chacun a pu éprouver "sur le terrain".

Il y aurait là sans doute un garde fou contre les risques d'une approche trop générale et trop abstraite. Ou bien encore : que vaudrait une théorie des fonctions identitaires des espaces urbains qui ne saurait rendre compte de ces moments fugaces (ou

de la fugacité de ces moments) où un acteur fait l'expérience de la révélation d'un moi, en public (1) ?

Commençons par une telle expérience, aussi minimale que pénible : celle de la chute en public, ou du faux pas, ou du trébuchement. Cette chute, quoiqu'évitée de justesse, il semble bien qu'elle ait entraîné avec elle celle de l'image du sujet : du (désormais) maladroit donc ; il se peut que le rouge d'une honte passagère l'empourpre. Il est fréquent d'observer dans de tels cas le déclenchement de parades supplémentaires. Parades d'outrance où le sujet aggrave son cas à ses propres yeux ("eh bien bravo !"), rendant ainsi sans objet le jugement incomplaisant des spectateurs puisqu'il le devance ; parades de circonspection où la faute est mise sur le compte d'un aspérité traîtresse du sol lui-même : l'individu scrute ostensiblement (c'est-à-dire aux yeux des témoins) le sol coupable.

Goffman, à qui cet exemple est emprunté, commente ainsi (et en substance) : en trébuchant "l'acteur" a dérogé à une norme partagée dans nos sociétés (et dans d'autres) qui est celle de l'adresse physique. Cette non conformité à cette norme est le motif d'un jugement négatif dont il sent qu'il est l'objet de la part des témoins. D'où les parades pour tenter de réparer le dommage symbolique éprouvé et de rétablir (ou reconforter) l'identité un instant "spoliée".

Certes, cet exemple est un exemple limite, pour autant que les chutes dans l'espace public sont évitables. Prenons alors un autre cas de figure qui est celui de l'empiétement sur les réserves territoriales de l'autre (et par exemple la bulle immatérielle de "l'espace personnel" qui l'entoure). Ce cas de figure est particulièrement récurrent dans l'espace public pour autant que - et toujours en citant Goffman - "chaque fois que des individus se trouvent mutuellement en présence leurs territoires du moi tendent sur la scène un vaste filet de clôtures que chacun d'eux est particulièrement bien équipé pour franchir". On sait que de telles offenses, le plus souvent involontaires, se monnaient dans des offres de réparation qui prennent la plupart du temps la forme d'excuses ("oh pardon", "excusez moi", etc...) ; or qu'est-ce que s'excuser sinon "se couper en deux parties : une partie coupable d'une offense et

(1) Toutes les pages qui suivent sont directement inspirées des travaux de E. Goffman tels qu'on peut en prendre connaissance dans les deux tomes de "La Mise en Scène de la Vie Quotidienne", Ed. de Minuit, 1973.

une partie qui se dissocie du délit et affirme sa foi dans la règle offensée" non moins que sa bonne volonté à la respecter dans le futur.

Sous cette forme donc, elle aussi minimale quoique répétée, un soi entre en jeu et s'objective dans la tension entre deux "moi" : le négatif qui se projette comme coupable et le positif qui prend ses distances et ce faisant prétend incarner le vrai moi...

Pendant quelles conséquences peut-on tirer de ces micro-expériences ponctuelles ? Comment peut-on les recadrer dans notre démarche ? Quel statut doit-on leur donner : celui de modèle ou celui d'exception ?

En priant le lecteur de bien vouloir croire qu'il y va là d'autre chose que d'un artifice rhétorique, nous dirions volontiers que si il y a quelque chose de "modélique" dans cette expérience c'est bien son caractère d'exceptionnalité, c'est-à-dire quelle qu'en soit la fréquence réelle, son statut d'événement (comme nous l'avancions ci-dessus). Ce qui s'y révèle c'est que la réflexivité que suscite l'environnement urbain, et quel qu'en soit le contenu (en images de soi qualifiées), est quelque chose d'intermittent.

Si donc l'émergence d'un sentiment de soi est de l'ordre de l'événement, il faut alors supposer que cette émergence s'enlève sur un arrière fond d'indifférence (ou d'absence de sentiment de soi) ; et supposer ainsi que nombre de séquences vécues des pratiques urbaines sont neutres du point de vue de leurs incidences identitaires (1).

Mais il faut cependant apporter immédiatement le correctif suivant. Cette neutralité attestable est en même temps une neutralité précaire, qui suppose une vigilance continue, attentive aux incidents éventuels, aux accrocs, aux franchissements de limites, bref à tout ce qui pourrait jeter une ombre sur le préjugé de conformité dont le citoyen s'attend légitimement à être crédité. Cette attention porte donc sur "les autres", ceux qui sont situés dans le champ de perception mutuelle, mais on peut dire de manière plus précise qu'elle porte sur la perception qu'ont ces autres de nos faits et

(1) Il y a sans doute quelque chose de rassurant dans ce constat, pour le citoyen s'entend ; quant au théoricien de l'identité en milieu urbain, il va sans dire que cela complique sa tâche.

gestes (1). S'il n'y a pas trace d'alarme dans cette attitude de l'autre à notre endroit (ni a fortiori rien d'alarmant), alors est-ce sans doute que la présence du moi y est acceptable ou acceptée et l'interpellation réflexive éventuelle est, si l'on peut dire, à son plus bas niveau (neutralité identitaire). Elle demeure à l'état de latence.

Sous ce deuxième aspect on peut considérer que la micro-expérience de l'offense et de l'excuse est elle même généralisable : les événements réflexifs susceptibles de se produire, et "d'arriver" aux sujets, prennent probablement tous appui sur une modulation appréhendable de la perception qu'un environnement public manifeste à leur endroit.

Au total il semble plausible de considérer que cette expérience de l'offense livre la forme générale de l'émergence de sentiments identitaires mais qu'elle le fait en mobilisant des contextes pragmatiques spécifiques (ceux de l'interaction de face à face : des rapports non verbaux d'individus pris un à un, ou à deux...) et en délivrant des contenus eux-mêmes particuliers.

On peut donc relever quelques unes des caractéristiques de ce sentiment identitaire propre au niveau interactionnel.

- Quant à son contenu on dira qu'il est fondamentalement éthique. Il s'agit de marquer que l'on respecte la normalité ambiante et que l'on n'attente ni à l'intégrité de l'autre, ni à la sienne propre.

- Quant à ses modalités de présence on dirait qu'à la fois l'affleurement de ce sentiment de soi est ténu, et à la fois il est insistant. Ténu, dans la mesure où les ajustements ritualisés s'effectuent de manière automatique et quasi inconsciente ; insistant cependant, dans la mesure où la succession ininterrompue des interactions en milieu urbain en répète sans cesse la potentialité.

- Quant au type de rapport social qui le pulse, il s'agit d'un côté de rapports d'individu à individu (la foule n'y est pas une unité pertinente), mais en même temps ces rapports ne se cristallisent pas dans une rencontre effective (avec échange de paroles, interconnaissance, etc...), ce pourquoi Goffman parle simplement d'interaction.

(1) Ou de façon encore plus exacte : cette vigilance est attentive à déchiffrer la manière dont l'autre déchiffre nos faits et gestes.

Au total, on peut dire de ce premier régime d'identification qu'il ne fait l'objet d'aucune capitalisation durable. Et cette instabilité temporelle est cohérente avec le type de contenu identitaire mis en jeu, que nous avons qualifié d'éthique. Cette identité est en effet de l'ordre du devoir ; en outre ce devoir tout à la fois ne cesse de s'accomplir et ne cesse d'avoir à s'accomplir puisque les interactions de face à face ne cessent, elles, de se succéder... Ainsi, s'il y a une constance, elle joue moins sur le plein d'une image que sur la préoccupation, récurrente donc, d'avoir à éventuellement la redresser, ou en tout cas la maintenir comme acceptable.

De ce premier niveau où donc "de" l'identification est susceptible d'advenir il faut dire, pour résumer, qu'il est d'un côté omniprésent et d'un autre qu'il ne couvre qu'une partie des modalités selon lesquelles un sentiment de soi peut émerger. Néanmoins, comme toute situation urbaine induit une composante interactionnelle, il faut bien reconnaître qu'il constitue, au regard de nos préoccupations, une sorte de niveau de base.

Autrement dit, si l'unité interactionnelle est l'unité minimale de la socialité urbaine (1) dans la mesure où toute situation urbaine implique une négociation quant aux territoires réservés et à leur empiètement, on ne peut cependant cantonner à sa seule échelle l'existence et le jeu de principes structurant l'expérience urbaine.

Il faut postuler qu'à ce premier niveau d'autres peuvent se superposer qui mettent en jeu également la production d'un sentiment identitaire. Ces autres niveaux, comme nous allons le voir, ne suppriment pas le premier mais le recouvrent et l'englobent dans des séquences situationnelles plus amples.

Il nous faut cependant préciser que les séquences que nous allons distinguer le seront au regard de la composante identitaire qu'elles impliquent. En d'autres termes nous ne nous engagerons pas ici dans une typologie des situations urbaines, mais plus simplement nous en sélectionnerons quelques unes, trois en fait, pour mieux faire ressortir la diversité des registres selon lesquels un "sentiment de soi" est susceptible d'être mis en jeu dans un espace urbain.

(1) Erving Goffman parle "d'ordre social soutenu par les marcheurs", in "Les Relations en Public", ("La Mise en Scène de la Vie Quotidienne", Tome 2), cf. p. 23.

2. Mises en jeu identitaires et contextes interactionnels.

La "pierre d'angle" adoptée pour spécifier divers contextes sociaux d'émergence d'un sentiment de soi (ou d'une conscience réflexive) sera donc celle pour, reprendre nos termes, d'une modulation dans l'appréhension de la perception - que porte l'environnement public d'un individu sur cet individu.

Comme les perceptions enregistrables dans l'espace public sont essentiellement visuelles on peut considérer que les sentiments identitaires seront surtout corrélatifs de modifications affectant la visibilité des acteurs.

Ces modifications peuvent être intempestives, procéder "au coup par coup", comme autant d'accrocs dans le défilé des croisements et des empiètements incessamment renouvelés ; mais il est possible de repérer des contextes plus englobants où la façon dont des changements de visibilité affectent les acteurs se produit de manière plus large et plus massive.

Nous en distinguerons provisoirement trois :

- Une première différence est envisageable en termes de tension expositionnelle : certains lieux urbains sont perçus et perceptibles comme exposant davantage les individus qui les traversent ou les pratiquent ; ils donnent le sentiment d'être des scènes sur lesquelles on monte ou on se produit. Cette dénivellation du "taux de publicité" de l'espace génère une première famille ou "classe de contexte réflexif" : l'acuité des regards n'est pas distribuée de manière équiprobable dans l'espace urbain.

- Les espaces urbains peuvent être le lieu d'appropriations conformes à des normes appartenant à des sous-groupes sociaux (et les spécifiant). Dans ces cas là, de ségrégation (qualifiante ou disqualifiante) des espaces, l'événement en matière de visibilité - ou la différence sensible qui se produit - porte non sur l'intensité de cette visibilité mais sur son contenu.

Ce que de tels contextes rendent visible c'est l'appartenance ou la non appartenance au sous-groupe social qui compose le public : "quartier de semblables" ou "quartier

d'autres". Ces contextes auraient donc pour propriété de mettre en jeu des identités sociales, c'est-à-dire de rappeler les acteurs à leur appartenance sociale.

- La troisième variation de visibilité envisageable et susceptible de produire un effet identitaire porte elle aussi sur le contenu ; c'est-à-dire qu'elle note une différence possible quant à ce qui est donné à voir. Son champ de déploiement est celui de l'interconnaissance (des sociétés d'interconnaissance) et l'acteur s'y épingle (on s'y trouve épingle) à la pointe de sa réputation : ce qui est mobilisé dans cette "famille de contexte" ressortit donc plutôt d'une identité personnelle : "street corner society".

Ces trois contextes introduisent chacun à leur manière ce que l'on pourrait appeler des régimes d'attention spécifiques de l'entourage (ou du moins l'acteur suppose-t-il que de telles attentions s'exercent à son endroit). Et c'est alors en réglant ou en contrôlant l'expressivité de sa conduite par rapport à ces régimes spécifiques et à leur critères propres que l'acteur, le citadin, en vient à mobiliser une image de soi.

On détaillera donc plus avant ces trois figures tout en cadrant ces développements sur notre terrain, celui des nouveaux centres urbains, en montrant de quelle manière les citadins qui le traversent se trouvent exposés à ces divers moments réflexifs.

a) La "sortie en ville" ou la ville comme scène publique.

Il y a dans toute pratique de l'espace urbain le sentiment que là plus qu'ailleurs on s'y expose publiquement ; plus qu'ailleurs ? C'est-à-dire plus que dans la sphère privée et plus aussi que dans les espaces de loisir, ou dans les espaces d'équipement de proximité où la contrainte représentationnelle est partiellement relâchée. Cela peut paraître anecdotique, mais il y a dans la disposition même des espaces privés deux instruments situés à proximité l'un de l'autre qui ont la charge d'assurer la transition entre l'espace du dedans et l'espace du dehors : ces deux "instruments" sont d'une part la porte et de l'autre le miroir.

Le miroir témoigne bien du fait que la sortie est un changement de scène et que d'autre part tout changement de scène suscite un ajustement comportemental susceptible à son tour de cristalliser en sentiment réflexif...

Il y a évidemment d'autres indices de cette tension expositionnelle que provoque la "sortie en ville" ; il suffit de penser au soin mis à la parure qui, selon les âges et les sexes, peut être plus ou moins accentué.

Cette séquence de la sortie en ville peut certes se "routiniser", elle peut à l'inverse avoir à certains âges de la vie (adolescence) la valeur d'une sorte de défi émancipatoire : il reste que la ville s'y profile toujours comme scène d'une comparution possible.

Les adolescents, ou en tout cas les "jeunes", sont sans doute la catégorie sociale qui atteste avec le plus de vigueur de cette puissance réflexive de la ville. Descendre en ville peut s'effectuer sur un mode conquérant. On y conquiert un peu de liberté d'échapper à l'espace domestique du contrôle.

Mais cette détermination est trop négative. On y assume aussi un statut de jeune adulte dans la mesure où l'on s'y confronte, dans un sentiment d'autonomie, à un monde adulte.

Il faudrait à cet égard interroger les fonctions que peuvent avoir les cinémas, les cafés, les boîtes de nuit comme espaces intermédiaires non moins qu'initiatiques (il est évident que la fréquentation des stades ne délivrera jamais de telles primes imaginaires... sauf sans doute dans les "kops" des quart de virage).

Quoiqu'il en soit et pour revenir à notre propos, si de tels comportements nous intéressent c'est bien parce qu'ils mobilisent de la manière la plus intense la dimension scénique de la ville : il ne s'agit pas en effet de simplement investir la ville mais de rendre visible cet investissement, de l'accomplir au regard des autres, bref d'exposer cet investissement ; modèle que le langage courant entérine dans les termes de "frime", de "sape", etc...

En centrant l'analyse, on dirait que l'espace urbain est lieu d'un processus de consécration, d'avènement.

Bien sûr tous les citadins ne mobilisent pas les ressources identitaires de la ville mais il suffit que certaines catégories, mieux que d'autres, les "performent" pour qu'on sache qu'elles existent.

On voit alors que le "sentiment de soi" attenant à une telle pratique transcende la "micro-succession" des redressements d'images propres au niveau interactionnel. Il englobe celle-ci, dans une séquence plus ample qui, dirait-on, tonifie la ville comme lieu de tension expositionnelle.

En second lieu, le "sentiment de soi" qui se soutire dans de telles séquences est le fait d'un acteur qui performe sa pratique de l'espace urbain comme mise en spectacle (et l'urbain comme scène).

Sans doute cet acteur profite-t-il du flou que ménage sa pratique qui ne rencontre jamais vraiment de sanction relationnelle. Le sentiment, en ville, de faire le spectacle n'a pas besoin de caution, ne s'appuie sur aucune réversibilité, de là à ce que le revers y soit différable...

En première approche nos différents terrains, qu'il s'agisse des centres commerciaux d'Évry, de Noisy le Grand, ou de Vitrolles, sont effectivement tous l'objet de telles mobilisations théâtrales "portées" pour l'essentiel par les pratiques des jeunes.

PHOTO 1 : EVRY, GALERIE MARCHANDE DU CENTRE COMMERCIAL EVRY 2



Et ces "mobilisations théâtrales" ont de surcroît leurs scènes privilégiées. Le plan-type des galeries marchandes distribue les allées qui les composent autour de carterours internes, souvent expressément fonctionnalisés comme "puits de rencontre". Il est également fréquent, lorsque ces galeries sont à plusieurs niveaux, que les points de connexions horizontales soient eux-mêmes connectés verticalement autour de "puits".

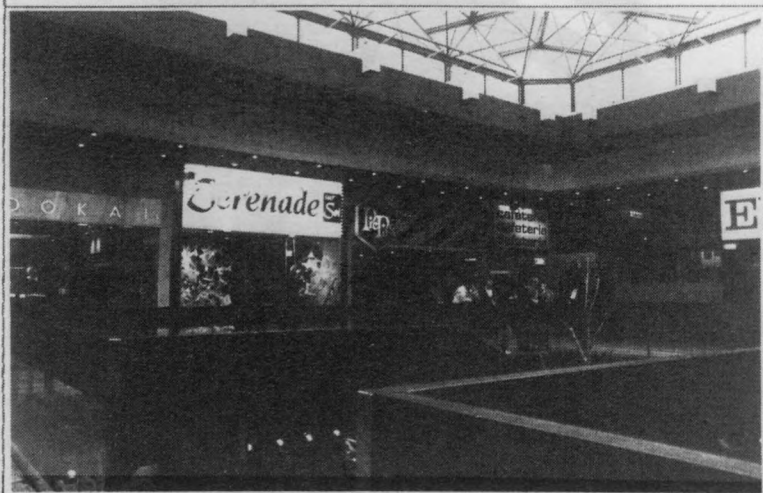
PHOTO 2 : MARNE-LA-VALLEE, LE CENTRE COMMERCIAL ARCADES
A NOISY LE GRAND



Ces deux connexions combinées ménagent alors des espaces à visibilité multidirectionnelles : vers le haut, vers le bas et dans toutes les directions horizontales. Très souvent des passants s'accourent "au balcon" constitué par les rampardes qui entourent le puit central, et peuvent y stationner durant des laps de temps assez longs (parfois pendant une demi-heure) : soit qu'ils observent les mouvements de foule des étages inférieurs, soit qu'ils y lisent un journal en attendant un ami ou un proche, soit qu'ils fassent les deux en même temps.

Comme champ de visibilité, ces lieux ont donc des propriétés singulières : on peut voir ou y être vu selon des angles et des cadrages variés, et en tout état de cause plus nombreux qu'ailleurs.

PHOTO 3 : UN "PUITS" A EVRY



Pour autant, le surcroît de prise qu'ils offrent à la vision (à la faculté de voir) ne s'y monnaie pas dans le sentiment complémentaire que devraient avoir les passants d'y être plus visibles (ou plus vus) qu'ailleurs.

La dénivellation d'un niveau à l'autre est sans doute trop forte et sépare les scènes, plutôt qu'elle ne les rassemblerait selon par exemple le dispositif en gradins de l'amphithéâtre.

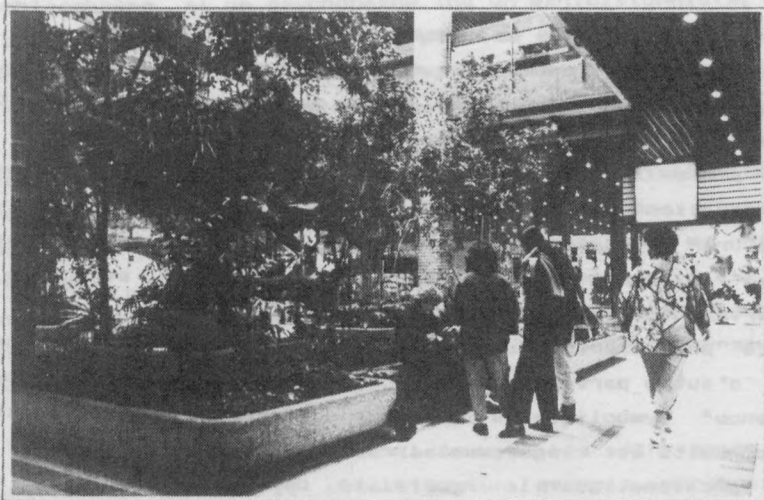
De fait, les observations que nous y avons menées (1) montrent que la traversée de ces espaces s'effectue sans rupture et que, par exemple, aucune attitude de circonspection particulière n'y est attestable.

La théâtralité de ces endroits n'est donc pas intrinsèque. Ils ne recèlent pas en eux-mêmes un surplus de visibilité publique.

Et pourtant, comme nous l'avons vu, ils sont plus que d'autres des espaces dont on peut extraire de la théâtralité, que l'on peut mobiliser comme scène. C'est en tout cas là que les groupes de jeunes y dressent le plus volontiers les tréteaux imaginaires des courts segments de spectacles qu'il leur arrive d'offrir à la cantonade.

(1) Cf. les comptes rendus de ces observations en annexe.

PHOTO 4 : EVRY



Pour donner une idée concrète de ce genre de performance on peut raisonner sur un exemple concret auquel nous avons assisté et qui en lui-même n'a rien que de très banal (1).

Un groupe (une demi-douzaine) de jeunes "rockys" discutent sur la plateforme supérieure d'un des deux puits du centre Arcades à Marne la Vallée (à l'aplomb de la sortie du RER). Ils sont là depuis quelque temps à stationner, à s'attendre les uns les autres, visiblement sans projets précis. Autour d'eux les gens passent "poliment inattentifs".

A un moment déterminé l'un des jeunes esquisse quelques pas de break dance soutenu qu'il est par la musique d'ambiance du centre commercial. On pourrait dire qu'il capte et exploite une des ressources "chorégraphiques" du lieu, jusque là inaperçue (et sans doute par lui-même) parce qu'inutilisée (ou simplement consommée comme bruit de fond).

Dès lors une interaction se noue et "projette son fillet" sur l'espace environnant. Elle met au prise trois "groupes" aux rôles bien déterminés et complémentaires :

- le danseur,
- le groupe de pairs,
- le public.

Le danseur est celui qui, peut-être sans y prendre garde, "s'est lancé". Il s'est lancé "en public" devant tout le monde.

(1) Il se répète très fréquemment.

A soutenir son rôle de danseur il sollicite de la part des passants qu'ils jouent leur rôle de spectateur. Ceux-ci peuvent refuser ce rôle, accélérant le pas ou tournant le regard, ou au minimum faisant comme si de rien n'était. Il n'empêche que, pour parler le langage de la micro-sociologie, une "définition de situation" est proposée par le danseur et qu'elle vient structurer l'espace interactionnel. Même le passant qui la refuse la prend en compte dans son refus, et structure son comportement en fonction de ce refus.

Le problème pour le danseur est alors d'une part de danser mais d'autre part d'assumer, dans sa danse même, la "petite violence" symbolique qu'il impose à l'entourage : non seulement sa conduite est légèrement inconvenante, mais de surcroît elle rend problématique la neutralité de l'entourage (au moins l'entourage immédiat) à son égard.

Cependant la situation ne se structure pas simplement dans un vis-à-vis entre danseur et public : ou plutôt dans la manière dont ils négocient la situation ces deux types d'interactants tiennent compte et s'appuient sur la présence d'un troisième interactant qui est constitué par le groupe de pairs.

Ce troisième groupe fonctionne comme une sorte de jury appréciateur de la performance du danseur : il élèvera celle-ci au rang de prouesse ou à l'inverse en cas d'échec enterinera sans doute le fiasco (ou "le four"). D'une certaine manière il socialise l'acte du danseur, lui donne un sens interprétable par tous : le sens d'un défi.

Ce sens est interprétable d'abord par le danseur : il est tenu de soutenir son acte - son rôle - au moins durant un certain laps de temps, sans quoi il déçoit une attente (ou "se dégonfle" trop tôt, etc...).

Le groupe de pairs joue alors le rôle de celui qui fixe les enchères, voire les relances. La traduction craintive de cette dynamique s'enregistre du côté des populations cibles - plus âgées - dans des phrases stéréotypées comme "ces jeunes quand ils sont ensemble ils se poussent, ils s'exitent à mal faire", etc...).

Mais côté public, cet aspect de défi a sans doute aussi pour fonction de "calmer le jeu" et de lui donner un sens assignable. Le danseur n'est pas seul : ce n'est ni un

schizophrène ni un psychopathe (ou un exhibitionniste, etc...), la "folie n'est pas dans la place". Le jeune en question est une "personne avec" : son comportement reçoit au moins une interprétation cohérente à défaut d'une réponse appropriée.

Le jeune danseur, exposé simultanément au regard de ces deux groupes, franchit donc un seuil de visibilité, capte volontairement l'attention. Dès lors, deux issues sont possibles. Il accroche un minimum son public et en obtient des réponses, positives ou négatives. Ou bien, il laisse l'entour indifférent et inaffecté ; il a ainsi raté son coup et le groupe lui fera alors payer son espoir déçu en déconsidérant sa performance ("t'es nul", etc...).

Quelles que soient les issues de ces stratégies il reste que l'épisode décrit constitue un exemple particulièrement clair du premier type examiné de mobilisation identitaire en milieu urbain : on y voit un sentiment de soi émerger de manière affirmative en corrélation avec une modulation forte (et délibérée) de la tension expositionnelle de l'environnement. D'où l'intérêt méthodologique qu'il y avait à le placer en tête de cette partie : le registre d'identification qu'il mobilise, non moins que la structuration du champ interactionnel qu'il suscite sont dans ce cas particulièrement manifestes.

Mais il faut alors tenter de généraliser ce modèle ; c'est-à-dire voir si, et comment, d'autres catégories, d'autres lieux, d'autres conduites peuvent l'attester. Ou bien encore il faut se poser le problème de sa "représentativité" : est-il applicable tel quel à d'autres circonstances offertes par la fréquentation des espaces publics, ou est-il strictement spécifique au type d'épisode analysé ?

La réponse est sans doute intermédiaire, certains de ses traits apparaissant comme génériques, d'autres comme plus particuliers.

Un premier élément de généralité que l'on peut "extraire" de cet exemple concerne le problème des rapports de ces mises en scènes théâtralisantes à leur substrat spatial. De quelle nature sont ces rapports ? Quel est le degré "d'adhérence" de ces scénographies à leurs "sites propres" ? Et d'abord faut-il leur supposer de tels "sites propres" ?

Nous l'avons dit : dans cette séquence interactionnelle la "théâtralité" n'est pas une propriété qui appartient aux lieux. C'est la séquence elle-même qui "performe" le lieu comme scène théâtrale. Le spectacle public est affaire d'initiatives individuelles et de circonstances interactionnelles : il prend place dans un réseau complexe et segmenté de "lignes de regard" qui s'entrecroisent (celles des passants, celles de "pairs"). Et il opère secondairement à son profit (ou pour la plus grande honte de son acteur principal) une focalisation en faisceau de ces lignes de regard.

PHOTO 5 : EVRY, LE POINT DE RENCONTRE ENTRE L'AGORA ET LE CENTRE COMMERCIAL EVRYC



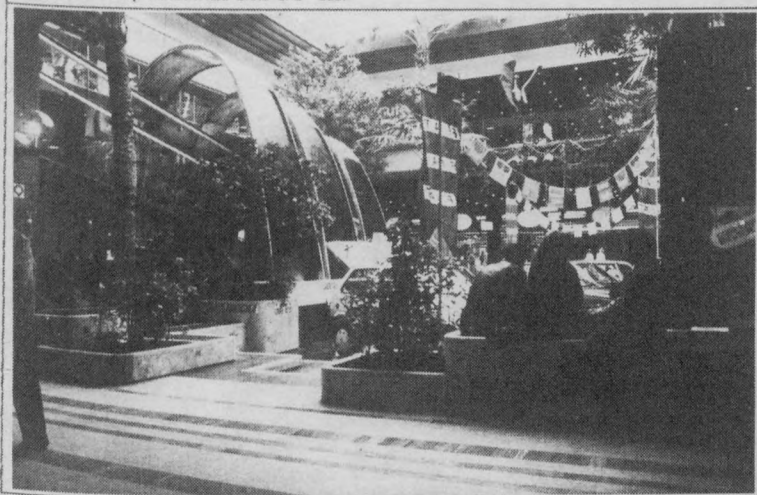
Reste que, bien qu'il ne soit pas produit par le lieu, il a néanmoins ses lieux privilégiés. Quelles sont donc les propriétés spatiales pertinentes à même de rendre raison de cette convertibilité possible de certains endroits privilégiés en scène d'exposition ?

Un premier trait récurrent dans nos observations est que les situations sociales du genre de celle que nous venons de décrire et où, dirait-on, un groupe, par l'intermédiaire d'un de ses membres, affiche sa simple capacité à s'afficher dans un espace public, se produisent plus fréquemment sur des points de passage. A proximité d'une des entrées du centre commercial des Arcades (du côté de l'Esplanade) un autre groupe de "danseurs

potentiels" (rayon musique Rasta...) a coutume lui aussi d'élire territoire.

Au Carrefour de Vitrolles, une des bases territoriales des sociabilités adolescentes est constituée par le Quick qui donne dans la galerie commerciale. Mais il faut noter que la partie du Quick qui y est la plus investie est celle qui donne de manière visible sur l'allée principale de la galerie marchande.

PHOTO 6 : EVRY, RENCONTRES DANS UNE "COUR"



A Evry II, les jeunes aussi se donnent rendez-vous et stationnent de manière privilégiée autour des points centraux.

On peut alors invoquer à cet égard deux propriétés de ces points de passage :

- D'une part c'est là qu'il y a le plus "à voir" (1). C'est là que les flux sont les plus contrastés et se renouvellent le plus rapidement ; comme point de passage quasi obligé c'est aussi là qu'on a le plus de chance de ne pas manquer quelqu'un dont on escompte la rencontre éventuelle.

- D'autre part ce sont des endroits qui "n'appartiennent à personne" : ils ont, dirait-on, un faible coefficient de territorialité. Au sens où, y séjournant, on y occupe le territoire de personne.

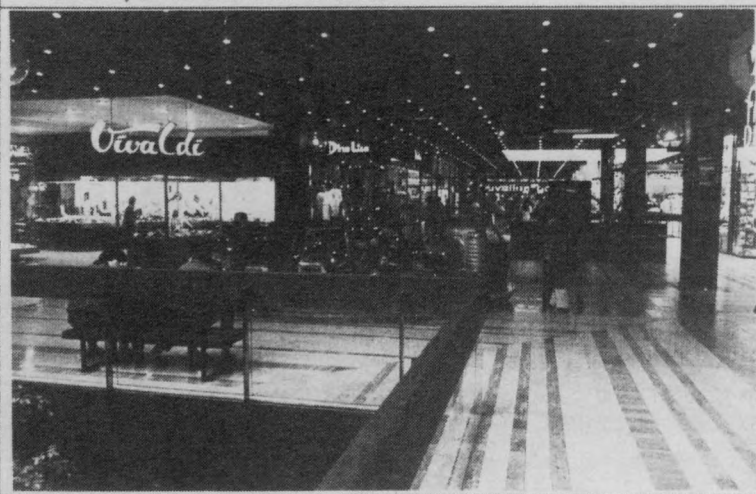
La partie linéaire d'une galerie marchande, surtout si elle est assez étroite, ne recèle pas, malgré les apparences, cette même qualité (ou la recèle mais à un degré moindre) d'être un

(1) Surtout pour des catégories au faible pouvoir d'achat.

espace ouvert. Tout se passe comme si le marchand riverain avait un "droit de préemption" tacite sur l'usage des espaces en vis-à-vis de sa vitrine (cela fait partie de l'espace d'exercice de sa fonction, de son métier).

De fait les vigiles des centres commerciaux interviennent le plus souvent à l'endroit des carrefours, comme si dans les autres lieux les dispositifs spatiaux imposaient d'eux-mêmes leur propre police.

PHOTO 7 : EVRY, UN PUIT AU CARREUR DES GALERIES



Autour d'un des puits d'Evry II, le "puits des cascades", les adolescents se réunissent fréquemment chacun dans leur coin. Là ils n'empiètent sur aucun territoire et peuvent même s'en constituer un - sous la forme du coin donc - comme le font par exemple des collégiennes qui viennent régulièrement (deux à trois fois par semaine) après la sortie de l'école, depuis Grigny (4 kms) y passer une heure ou deux, et qui s'assoient toujours dans le même angle du rectangle du niveau intérieur.

Plus de choses ou de gens à voir donc, et du coup la station au même endroit, pendant un long moment, y gagne-t-elle en légitimité : elle ne détonne pas ; elle n'est pas un "mésusage" du lieu et lève l'hypothèque du soupçon de surveillance. Et c'est alors précisément parce que cette hypothèque est levée, parce qu'il n'y a pas d'abord à neutraliser un regard qui porterait la suspicion sur le simple

fait "d'être là", que ces groupes peuvent mieux negocier leur propre visibilité, et se donner l'illusion qu'ils la maîtrisent et tenter d'en apporter la preuve... sur le champ.

Les ressources de ce genre de lieu tiennent donc, nous semble-t-il, au type de champ de visibilité qu'ils composent.

Ces ressources peuvent se spécifier quantitativement :

- il y a plus à voir,
- on y est vu par plus de monde.

Mais, on l'a compris, cette détermination quantitative ne suffit pas, il faut y ajouter une composante "ethnique" : s'agissant des bandes de jeunes il y a fort à parier que "mal vu pour mal vu" ce soit en ces lieux que moindre soit ce mal...

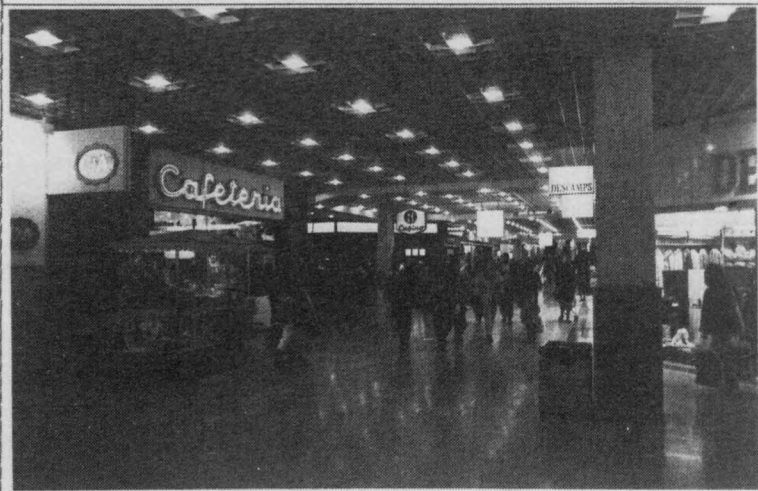
Dès lors qu'on y a moins qu'ailleurs à negocier sa simple présence (on y est ni plus ni moins absent/présent que les autres : les personnes âgées, les enfants, les conjoints qui s'attendent entre deux courses, les "collègues" qui y passent, etc...) alors il devient possible de jouer à l'imposer par le franchissement d'un "seuil minimum" de spectacularité : et donc, pour reprendre notre formule, de venir y afficher sa capacité à simplement s'afficher.

De ce premier commentaire, il est possible d'extraire deux remarques. Tout d'abord la donnée spatiale pertinente, sur laquelle "s'évite" ce type de dramaturgie, est constituée par l'espace des considérations ou le champ complexe que tissent les regards qui se croisent et se chevauchent en un lieu donné. C'est sur cet espace idéal que s'appuie la (mise en) représentation. Mais, deuxième élément, cela ne veut pas dire que cet espace idéal n'ait pas lui-même ses territoires privilégiés, ou, autre façon de dire la même chose, que la manière dont les considérations mutuelles s'ajustent les unes aux autres soit elle-même sans rapport avec des caractéristiques inhérentes au cadre physique. Simplement ce rapport, entre cadre physique et espace des considérations, n'est pas "le même" en tous lieux et pour tout type d'interaction (et/ou d'interactants) ; il se noue d'arrerement selon les scènes jouées et les acteurs qui les jouent.

On peut illustrer la première proposition, celle d'une indépendance relative de "l'espace des considérations" par

rapport à l'espace physique, à l'aide d'exemples extraits de nos observations à la galerie marchande de Marne.

PHOTO 8 : MARNE-LA-VALLÉE, CAFETERIA CASINO ET CAFE AVEC TERRASSE



Au niveau inférieur de cette galerie et dans l'allée centrale, un café s'est installé, avec un espace en terrasse. Ce dispositif rappelle, dans l'organisation spatiale qu'il propose, un dispositif urbain classique (surtout dans le sud de la France) qui est celui du "cours". Un axe de déplacement linéaire, inscrit dans le champ des regards de consommateurs sédentaires attablés au café.

Ici, tout est affaire de rythmes, de "temps sociaux". Pendant le plus clair de la journée l'utilisation des lieux ne se structure pas selon cette "tension optique" qui unit un public à un cortège de passants, exposés à la vue de ce public (1).

A midi, par exemple, les tables sont plus "affairées d'elles-mêmes" ; les conversations, souvent entre "collègues", y sont soutenues, et leurs protagonistes - dirait-on - s'y absorbent. Le zinc est aussi un foyer d'activité et d'attention assez intense. Le rapport à la rue (à l'allée) y est au plus bas. De fait celle-ci est pratiquée par ceux qui l'empruntent, pour ce qu'elle est aussi : une galerie marchande. Les piétons y vaquent lentement, absorbés, quant à eux, dans la

(1) On pourrait dire que cette utilisation n'exploite pas ce potentiel optique des lieux.

contemplation marchande ; sorte du lèche-vitrine relâché et ralenti, propre aux heures creuses (1).

PHOTO 9 : MARNE-LA-VALLÉE



Passé cinq heures, tout change ; une bonne partie de l'allée centrale est occupée par des gens qui sortent du travail et dont les trajets apparaissent plus décidés et plus tendus : sans doute se déplacent-ils en direction de la gare du RER. Les jeunes femmes seules ou en compagnie d'une amie prises dans ce nouveau cortège n'y sont pas les moins rapides. Mais sans doute est-ce parce que si le sol qu'elles foulent de leurs pieds est bien le même (2), l'espace sur lequel elles règlent leur conduite vient de faire l'objet d'une radicale mutation : et fondamentalement comme espace de considération.

De fait les tablées se sont-elles insensiblement orientées vers le spectacle de la rue. Et l'observateur (le "narrateur" ?), lui-même installé au café, se tournant vers une table voisine y surprend un jeune homme (en compagnie d'un ami) ayant roulé son journal et suivant à l'aide de cette lunette improvisée un couple de jeunes femmes qui passent : on dirait donc, dans un style "savant", que la fonction-public du lieu, sous la forme de ce simulacre en papier, vient de s'exhiber ostensiblement.

(1) Une personne interviewée, qui vient manger au restaurant d'entreprises, nous dit qu'elle passe aux alentours de midi environ une heure dans la galerie, dont elle apprécie alors le calme relatif, moins pour acheter que pour préparer (supputer...) des achats futurs...

(2) Que celui où se pratiquait précédemment le lèche-vitrine.

Réciproquement, à l'autre bout de la lunette, les regards eux aussi ne se distribuent plus de la même manière et l'espace dans lequel ils évoluent semble plus dur, plus "segmenté".

Au modèle de la ménagère insouciante, poussant son caddy protecteur d'une vitrine à l'autre, et dont le regard ne quitte un objet que pour en capter un autre, fait place celui de la jeune femme au trajet linéaire et rapide et dont le regard "balaye" scrupuleusement l'ovale qui circonscrit la zone antérieure où la porte ses pas. Sur les bords latéraux de cette ellipse il se peut que ce regard croise d'autres regards attentifs, et qu'il les évite, accélérant du coup le balayage visuel "fonctionnel". Deux jeunes femmes passent donc, prises dans le champ de la lunette d'approche improvisée. Cette lunette est sur le bord latéral de leur champ de vision. Elle vient (visiblement) d'être détectée. La démarche, les démarches ni ne se ralentissent ni ne s'accélèrent, la direction des corps ne s'est aucunement infléchi : rectitude de la trajectoire et de "l'hexis" corporelle. Quant aux regards, ils s'échangent maintenant entre les deux jeunes femmes, puis s'entrecoupent d'un coup d'oeil latéral aux fins, probables, de vérification, puis reprennent leur "duo" en accéléré, voletant en tous sens mais comme emprisonnés dans une invisible cage de verre : rires, connivences. Les bords de l'ovale se sont durcis, l'oeil ne peut plus s'y poser sans rebondir, instantanément, et ces effets de rebond viennent s'enclorre dans la bulle intérieure de la complicité rieuse ; puis les corps sont plus loin ; déjà sortis du champ de vision...

Contrepoint de méthode.

Cette séquence, on le conçoit, est rapide ; on suppose aussi que sous des formes approchantes elle peut se reproduire. Dira-t-on alors qu'elle est représentative et qu'elle livre le concept de ce qui se passe ? Il faudrait pour ce faire dénombrer les occurrences et standardiser la description ; le lecteur fut-il le plus prévenant pourrait difficilement nous accorder ces deux points : même le recours à un vocabulaire objectif (ellipse, balayage, etc...) risque de prendre sens dans notre propos comme artifice littéraire... problème de transcription.

Mais nous n'avons pas le choix méthodologique de nos moyens. Et si dans ce développement une sensibilité (à l'espace public, à ce qui s'y passe) anticipe sur une méthode rigoureuse d'analyse, faut-il attendre la constitution de cette méthode pour déployer cette sensibilité ?

Reste que cette sensibilité (cette perspective) est "instruite" : elle s'appuie sur le travail de la micro-sociologie qui propose un schéma cohérent d'intelligence des phénomènes de territorialité.

Et que nous essayons d'exploiter cette sensibilité non pour faire collection d'anecdotes mais pour mieux saisir la nature même des interactions collectives en milieu public.

Quant au problème de transcription des données, et au cadeau empoisonné de la référence à la littérature, sans doute est-il inévitable. Pour soutirer un surcroît de sens au réel idéal qu'elle partage avec le savoir scientifique, la littérature fait plus volontiers fond sur les talents expressifs et la force de conviction des agencements de mots que sur l'examen raisonné d'arguments théoriques.

Sous cet angle, l'heure n'est pas encore, en matière d'intelligence des fonctionnements sociaux en espace public, à réfuter/construire une théorie, mais à simplement rendre possible l'expression d'un "sens pratique" jusque là rebelle à l'appropriation discursive. Un champ vient donc de se structurer, corrélativement à un changement d'ambiance ; la séquence décrite en est le symptôme. Et ce changement est quasiment tactile : c'est à quoi notre description a voulu rendre sensible le lecteur. Après tout on sait bien que du point de vue de l'espace public des notions comme celles de "maintien" ou mieux de contenance sont particulièrement pertinentes. Et c'est aussi pourquoi nous parlons de tension expositionnelle : concrètement, donc.

Un même espace peut donc accueillir ou "tendre" deux régimes distincts de considérations mutuelles, peut se structurer selon deux champs opposés de distribution des regards : centrifuge - ou mieux "dispersant" - ou centripète. Et cette focalisation possible peut elle-même procéder de l'irruption soudaine d'un événement comme elle peut s'installer progressivement par ajustement mutuel des regards des divers interactants.

D'où l'idée d'une indépendance relative du cadre physique et de l'espace des considérations.

Et nous en venons alors à notre deuxième proposition, complémentaire de la précédente : qui dit "indépendance relative" dit aussi - mais "en sous-main" - dépendance absolue. Un même cadre physique peut sous-tendre divers champs de regard, il n'empêche qu'au titre de condition matérielle on peut penser qu'il contribue au moins à structurer ce champ de regards. Ou, pour dire la même chose autrement, il est légitime de concevoir que cet espace des considérations s'appuyant sur ce cadre en reçoive quelques effets déterminants.

De fait dans la séquence que nous venons d'évoquer la structure centripète du champ des considérations mutuelles est bien "portée" par l'espace physique, et la disposition relative des tables et de l'allée. De même dans la séquence précédente, l'esquisse de "danse-défi" prend appui sur certaines singularités spatiales du contexte que nous avons décrites (elle se produit surtout aux alentours de lieux de passage relativement ouverts).

Mais il faut alors constater que ces deux séquences interactionnelles où des sujets s'affirment de se découvrir exposés (ou bien s'affrontent à ce sentiment d'exposition) mobilisent chacune à leur manière des traits de contextes pertinents. Le cadre à chaque fois joue son rôle, mais ce ne sont pas les mêmes strates du cadre qui sont exploitées et entrent dans le jeu interactionnel (même si elles y entrent au titre de conditions).

Dans le cas des adolescents on pourrait dire que c'est parce que l'espace physique est centrifuge qu'une focalisation centripète des regards peut y être tentée. Dans le cas des deux jeunes femmes, c'est parce qu'existent les supports d'une focalisation centripète qu'il arrive qu'elle se produise et que les deux sujets ne puissent alors s'y dérober.

De l'opposition - caricaturale ici - de ces deux cas de figure on pourrait donc faire ressortir comme proposition à validité générale qu'il est difficile de conclure simplement à partir des données du cadre physique à une fonction scénographique du lieu. Sauf pour les espaces expressément "montés" pour cela, cette fonction, même si elle s'appuie sur le lieu, ne lui appartient pas en propre. Encore faut-il que les

regards entrent dans la danse, et que les individus à leur tour se prennent dans cette danse des regards : espace des considérations.

Néanmoins il convient de relever que si cet écart entre la fonction et le lieu, ou pour mieux dire cette idée d'un "embrayage/débrayage" possible de la fonction par rapport au lieu, se laisse lire dans les développements qui précèdent, cela tient sans doute au fait que la manière dont les acteurs y affrontent leur (propre) visibilité est radicalement différente d'un point de vue stratégique. On pourrait opposer nos deux exemples selon ce critère : les jeunes rockys cherchent à créer le spectacle ; les jeunes femmes à l'éviter ou à le négocier. Tension expositionnelle produite dans le premier cas, assumée/subie dans le second.

Et remarquons alors que, par rapport aux ambiances habituelles de ces nouveaux centres-urbains-commerciaux, c'est la deuxième scène qui est plutôt exceptionnelle : peu ou pas d'espace du type "cours" dans ces endroits. Et l'on comprend ainsi que c'est la faiblesse de l'attention générale (positive ou négative) au spectacle des autres qui rend à la fois possible et nécessaire la performance des jeunes rockys :

- possible : ils ne sont pas enjointés par avance à une représentation attendue, ni pris dans un espace de surveillance ; ils ne prennent pas place (la place de quelqu'un) dans un espace de curiosité institué ;

- nécessaire : si l'attention curieuse a priori est faible il faut alors la susciter, la produire.

On pourrait ainsi soutenir, en forçant le trait, que ce sont eux qui publicisent le mieux l'espace de ces galeries marchandes. C'est en tout cas souvent autour de leurs conduites que, pour reprendre une formule déjà utilisée, le public se constitue comme son propre public.

Que cette "publicisation" soit marginale, a-typique, voire problématique est une chose ; reste qu'elle est sans doute centrale dans les attentes vis-à-vis de l'espace public de cette catégorie de jeunes. Pour les adolescents que nous y avons observés les galeries semblent souvent un fantastique terrain de jeux : les groupes se font et défont passant d'un "puits" à l'autre, stationnant de manière transitoire autour de tables à la cafétéria du centre ou au fast food ; et ces

parcours s'organisent comme autant d'intrigues, obscures, qui se jouent, et signifient autant "d'affaires en cours" ; et très souvent aussi les anciens y entraînent dans leur sillage quelques plus jeunes.

Mais pourquoi ces jeux à plusieurs élisent-ils les couloirs et les puits des centres commerciaux comme "niche" privilégiée? Sans doute, négativement, parce qu'ils échappent ainsi à la surveillance du voisinage de leur quartier de résidence. Mais aussi de manière plus positive. Cet espace public l'est non seulement au sens où il est non privé, il l'est aussi comme réserve de spectateurs potentiels. Comme territoire donc où l'on peut venir s'afficher et tester sa capacité à soutenir voire provoquer la considération des adultes.

PHOTO 10 : MARNE-LA-VALLÉE, UNE FONCTION D'INITIATION !!!!



De cette fonction d'initiation ou d'intronisation nous avons relevé plusieurs indices au passage : qu'il s'agisse des jeunes qui suivent et vis-à-vis desquels les anciens font alors valoir leur science du terrain, ou encore, élément plus significatif, de cette "fonction-jury" que gère le groupe vis-à-vis de la performance risquée de l'un des leurs : ces "baptêmes du feu" de l'espace public ont alors leurs témoins, et viendront alimenter la mémoire du "groupe de pairs".

Au total il n'est pas étonnant que parmi toutes les catégories interviewées ce soit pour les adolescents que le centre commercial souffre le plus de la comparaison avec le

centre ville. Aucune nostalgie chez eux des vieilles pierres ou du cachet des ruelles ; il faut y voir plutôt la marque d'un désir de ville, de spectacle, qu'ils demandent au centre commercial, et vis-à-vis duquel ils expriment leur déception (1).

On peut cependant pour dresser un bilan de nos observations sur nos trois terrains, à Marne, Evry et Vitrolles, quant à leur qualité d'espace d'exposition, conclure que celle-ci ou bien est médiocre ou bien n'est pas exploitée, à l'exception remarquable (et remarquée) des groupes de jeunes. Seuls ceux-ci réussissent réellement à performer ces espaces comme "scènes publiques".

Et si, entre la terrasse du café du centre Arcades et la galerie qui la longe, nous avons pu voir croître un instant la "tension expositionnelle", et si les passants, par leur démarche plus "serrée", par les attitudes plus circonspectes qu'ils manifestaient, donnaient alors le sentiment "d'être en public" encore faut-il référer cette ambiance à des conditions spatio-temporelles bien spécifiques : celles de la sortie du travail, de l'envahissement transitoire de l'espace de la galerie par une foule pressée, souvent composée de "collègues" et aux trajets plus décidés (une bonne part "filant" vers la gare du RER).

Pour le reste, on peut relever que la disposition des lieux ne s'organise pas de manière à ménager des dénivellations de visibilité susceptibles, en mettant en quelque sorte les clients "sous les feux de projecteurs", de susciter des retours réflexifs en direction de leur image propre.

Pensons par exemple à ce qui passe lorsqu'on pénètre dans des grands cafés ou dans des grands équipements culturels. Au franchissement d'une barrière ou d'un seuil, moment toujours critique du point de vue de l'attention à l'espace, parce qu'on ne sait pas ce qu'il y a au delà du seuil, vient s'ajouter une difficulté supplémentaire : on ne voit pas encore (ce qu'il y a derrière) et pourtant on sait qu'on va y être vu (voire même attendu) de manière imminente, tangible et en même temps complètement indéfinie (puisqu'on ne sait encore "qui" nous y verra).

(1) Ce qui ne les empêche pas de fréquenter au coeur des villes des espaces du même genre : Forum des Halles à Paris, Centre Bourse à Marseille...

On chercherait vainement de tels effets du seuil dans ces espaces marchands. L'espace s'organise même pour les évacuer au maximum.

Pas de hall d'entrée, ni de "réception ou d'accueil" : les premiers mètres des galeries, à proximité des portes battantes ou tournantes, sont le plus souvent occupés par des commerces à faible valeur représentative et plutôt à fonction utilitaire (stands de dépannage, ressemelage, fabrication de doubles de clefs) ou encore espaces ludiques mais "non nobles", comme les salles de jeux électroniques pour les adolescents, ou encore zincs de bistrots "style hall de gare". L'entrée ne fait pas événement, on y glisse simplement (les portes s'ouvrent souvent d'elles-mêmes), aspiré vers le plus intérieur. A l'inverse ce sont les carrefours et puits centraux qui font l'objet du traitement le plus soigné.

Pas de seuil à l'entrée donc ; mais pas plus à l'intérieur. L'accès visuel depuis la galerie vers l'intérieur des magasins est la règle (qui souffre bien sûr de quelques exceptions). Si le magasin est suffisamment grand et qu'il est pourvu de cellules détectant les marchandises non "démagnétisées" alors la sortie n'étant plus problématique (et à contrôler) pour le vendeur, l'entrée du client ne le sera pas plus (ni problématique, ni à contrôler). L'espace de ces galeries est un espace qu'on peut explorer sans rencontrer de résistance, quitte du souci de contrôler sa "visibilité" vis-à-vis d'éventuels individus aux aguets.

D'où ce sentiment paradoxal d'être "reçu" et en même temps d'être "comme chez soi" puisqu'à la fois on a franchi des seuils (on est sur le territoire de quelqu'un) et à la fois aucun "autre" ne vient nous séparer de l'accès aux objets (à "ses" objets). Sorte d'hospitalité sans hospitalité, d'invitation sans invitation : latitude.

Un "client" interviewé nous dit qu'il lui arrive souvent (au stand Léviton) de passer de longs moments confortablement installé dans des fauteuils luxueux sans éveiller l'attention de personne : précisons qu'il se définit plutôt comme un "zonard" et qu'il avoue "taxer" plus souvent qu'à son tour.

On pourrait pousser cette analyse plus loin et parler à certains égards de ces galeries comme d'espaces "d'invisibilisation". Un couple de retraités passe des journées

entières dans la galerie marchande de "Rallye" à Aix-en-Provence, allant d'un banc à un autre, sans être "repéré" évidemment par la clientèle, elle-même passante, ni se soucier de l'être par les permanents du lieu (1).

Un homme entre deux âges, à la mise très modeste (manteau usé, tennis endommagés...) passe un après-midi entier prostré sur un banc à Evry II ; un couple vient faire ses courses à Carrefour à Vitrolles en pantoufles : personne ne les voit...

(1) Il faut dire qu'ils "en sont" un peu eux-mêmes : leur fille travaille à une des caisses et quand il y a des problèmes ce sont eux qui jouent les messagers et montent à l'étage prévenir la direction.

b) Identités sociales et espaces classant/déclassant.

Cette deuxième figure d'émergence d'un sentiment de soi correspond à un autre niveau contextuel non moins qu'à une manière différente de se situer par rapport à lui (ou encore de le définir) (1). La fréquentation d'un quartier laisse parfois l'impression qu'on y est déplacé ou à l'inverse qu'on y est "chez soi". Cette impression suppose comme condition implicite qu'on rapporte l'image qu'on se fait d'un espace à l'image que l'on se fait de soi-même. C'est pourquoi ce type de contexte, ce type de "rapport au contexte" est susceptible de mettre en jeu un sentiment identitaire. D'une certaine manière ce régime d'identification est plus facilement accessible au sociologue ; il semble en effet homologue à d'autres logiques significatives reposant sur des schémas classificatoires. On serait donc proche d'une logique de la distinction (Bourdieu) ou d'une logique de type "système des objets" (Baudrillard), logique du "standing" pour simplifier...

La ville fonctionne alors comme "objet" spatial dont l'appropriation est significative du point de vue d'une appartenance catégorielle (sociale, ethnique, d'âge, de sexe). Le sentiment de soi peut également y émerger sous une forme négative dans la conscience qu'on peut avoir parfois d'être "exproprié" symboliquement d'un espace dès lors qu'on s'y sent repéré comme non conforme.

C'est d'ailleurs à cette modalité urbaine de "pulsion" identitaire que nous pensions lors de la première rédaction de nos hypothèses - ce que nous venons de dire quant à la parenté avec les approches sociologiques classiques explique sans doute la spontanéité avec laquelle nous l'avons introduite. En approfondissant notre réflexion sur le sujet nous en sommes venus, sans la nier, à en faire une modalité parmi d'autres.

C'est qu'en effet s'y dessine un rapport à la ville qui évoque la figure de l'habiter. La ville y est appréhendée plutôt comme lieu de "séjour", séjour certes intermittent mais séjour quand même. Elle est l'objet de marquages appropriateurs, et sa signification y procède plutôt du cadre, de l'ambiance, bref de valeurs environnementales.

(1) De se définir.

Cependant on voit bien les limites concrètes du jeu de ce modèle : on ne peut réduire les pratiques urbaines, et le sens que leur donnent les citadins, à ce "fond-habitant" qui n'en est qu'une des composantes.

Pour autant on ne commettra pas l'erreur inverse qui consiste à l'occulter. Il est certain que l'espace urbain en certains de ses lieux ou de ses équipements dispense la possibilité de "séjourner" en compagnie de ses semblables, que l'on pense par exemple aux foyers d'opéra, aux quartiers de restaurants et de sortie nocturne, aux espaces-jeunes, etc...

A la périphérie de ces espaces - mais ceux-ci peuvent recouvrir des quartiers entiers - et attendant aux pratiques qui s'y déploient, un sentiment identitaire d'appartenance ou d'exclusion peut s'éprouver et c'est bien cela qui nous importe.

Qu'en est-il donc sous ce rapport, des nouveaux centres urbains qui constituent nos trois terrains ? En d'autres termes est-ce que leur fréquentation "classe" ou déclasse ceux qui les fréquentent ? Ou bien au contraire est-ce qu'ils apparaissent comme des espaces neutres du point de vue de la déclinaison éventuelle d'identités sociales (d'appartenance catégorielle) ?

Tous les entretiens que nous avons eus à Marne, Evry ou Vitrolles font ressortir en première analyse une relative diversité des publics : "ici le public est le même qu'ailleurs", ou encore : "il y a des cadres qui viennent faire leurs courses". Notons cependant que la preuve de la diversité se cherche "vers le haut". S'il y a aussi des cadres c'est donc bien que toutes les catégories sont représentées. Sous-entendu, pour les ouvriers et employés cela va sans dire...

De fait l'image du public qui prévaut dans les représentations de la clientèle est celle d'un éventail étendu, mais centré plutôt autour de catégories modestes : les seuls exclus sont aux deux extrêmes de la hiérarchie statutaire.

Une jeune "Beur" nous dit : "il y a tous les publics ici, à part les gens "super-bourges". A quoi une femme cadre supérieur (gérante de société à la zone industrielle - super bourge ?) répond : "ici il y a une sélection du public, c'est la masse populaire". Une jeune femme confesse (?) également qu'elle

préfère aller dans les centres commerciaux parce que dans les centres villes "on est pas tranquille, c'est plein d'arabes".

Le filtre est donc réel, à suivre ces représentations, mais dur aux extrémités et souple au centre. Il centre la clientèle autour des "lower middle class", employés et cadres moyens.

Encore faut-il relever que cette photographie imaginaire des publics (par le public, donc) :

- 1) est donnée comme mouvante : "les choses changent, le public est plus ouvert qu'avant" ; "maintenant toutes les classes vont dans les centres commerciaux" ;

- 2) peut être l'objet de comparaison inter-hypermarchés : "au Géant Casino il n'y a pas la même classe de gens ; il y a plus de "maîtrise" au Géant Casino ; une classe au dessus. On voyait vraiment la différence. Je viens ici depuis 15 ans, depuis la construction... Depuis 15 ans c'est une évolution positive" ;

- 3) réserve un traitement particulier à la catégorie des cadres ou des "petits bourgeois" : quand ils sont mentionnés, le motif de leur présence l'est aussi : "il y a des petits bourgeois quand même qui viennent faire leurs courses". Bref leur présence est le plus souvent motivée, justifiée, comme si elle n'était pas complètement naturelle.

Ce dernier point est évidemment important, concernant la neutralité éventuelle du lieu. En un sens on pourrait dire que ce n'est pas la fréquentation du lieu qui classe ceux qui le fréquentent mais plus vraisemblablement leur "mode d'emploi" de ce lieu, ce qu'ils viennent y faire et ce qu'ils en attendent.

Le bilan quant au potentiel identifiant de ces nouveaux espaces doit alors se nuancer. D'un côté il n'y a pas de contours nets dans la définition du public à même de faire prévaloir une identité segmentaire dure ("il y a de tout ici") ; mais d'un autre coté ces surfaces de vente sont situées, sinon dans une hiérarchie des publics, du moins dans une hiérarchie des objets et des niveaux de consommation : consommation de masse, où manque "le haut de gamme". C'est du moins ainsi qu'on peut résumer les avis majoritaires de la clientèle sur le potentiel classant/déclassant de ces espaces commerciaux.

De fait les cadres supérieurs interviewés "collent" bien à ce schéma en mettant au premier plan les qualités

essentiellement pratiques de ces lieux et non la qualité des objets qui s'y distribuent.

Ce sont donc plutôt les objets et le rapport qu'on entretient avec eux qui fourniraient des supports classificatoires et donc identifiants ; le seul problème, par rapport à notre perspective, est que cette différence là ne se voit pas - n'entre pas dans un champ de visibilité. D'où cette ambivalence dans les appréciations portées sur les propriétés qualifiantes des galeries marchandes : c'est modeste, c'est massif mais il y a quand même des cadres, il y a quand même de la qualité.

Si le lieu n'est donc pas directement qualifiant /disqualifiant du point de vue des publics (le fréquenter ne classe pas) il l'est du point de vue des objets (leur image est affectée par ce lieu de distribution) et l'on peut penser que ceci n'est pas sans effet, à son tour, sur l'image des publics (selon la valeur différentielle que certaines sous-catégories de publics seraient censées accorder aux biens accessibles dans un centre commercial).

Ici l'analyse est plus délicate à mener et pour éclaircir ce point nous avons posé systématiquement, lors de nos entretiens, des questions sur la stratégie des marques prestigieuses (Dior, Chanel...) qui refusent d'être distribuées dans les centres commerciaux attenants à des hypermarchés.

On peut organiser schématiquement le contenu des réponses obtenues selon les quatre points suivants :

- Premier point : la logique de distinction qui est au principe de ces stratégies est immédiatement perçue et comprise par tous les interviewés (une trentaine) : "c'est normal ils défendent leur image de marque, ils veulent se différencier, ici ça banaliserait leur produit", nous dit par exemple un jeune ingénieur. Un cadre moyen renchérit mais sur le mode de la dénégation : "c'est pas que ça déclasse mais ce n'est pas leur place ici..."

- Deuxième point : sur les trente sondés seuls trois, bien qu'ayant "saisi" la stratégie, la refusent de manière assez vindicative : "qu'on les achète ici ou en ville c'est pareil ; si le produit est le même peu importe l'endroit ; ça ne déclasse pas". Une femme de cadre supérieur ajoute : "si je trouve un produit pareil ici, eh bien je ne me ferai pas avoir

deux fois". Sous entendu la stratégie du cadre prestigieux n'a d'autre but que de faire payer plus cher. Ici la tonalité est consommeriste : vérité des prix, vérité du produit, critique de l'emballage trompeur. Si le centre commercial doit offrir ces produits "haut de gamme" ce n'est pas pour qu'il devienne une vitrine luxueuse, mais c'est au contraire pour passer ceux-ci au crible du prosaïsme marchand qui caractérise ces centres. Logique de la desserte et de l'accès face à celle de la réserve. Une jeune femme conclut sur un ton revendicatif : "ce n'est pas normal qu'on n'en trouve pas ici".

- Troisième point : à contrario les 9/10 des clients interrogés non seulement perçoivent la logique de l'image de marque mais, donc, l'admettent ou l'entérinent, bref la trouvent légitime ; c'est-à-dire trouvent légitime que les valeurs consacrées (les grandes marques) sacralisent leur territoire et se soucient d'éviter la dégradation symbolique qu'une trop grande promiscuité avec les produits plus courants amènerait à terme (1).

- Mais, quatrième point, les avis divergent quant à la géographie idéale de ces territoires consacrant : si ces marques doivent marquer leur distance, traduire spatialement leur statut distinctif, où doit donc passer cette coupure ? Ici deux camps se dégagent : celui de ceux qui pensent que cette coupure est celle qui sépare les quartiers (chics) des centres urbains et les centres commerciaux ; celui de ceux qui pensent que, moyennant des aménagements spatiaux, les centres commerciaux eux-mêmes pourraient accueillir cette différence (2).

Deux évaluations contrastées se dégagent donc quant au potentiel qualifiant des nouveaux centres commerciaux :

- 1) Ce potentiel est réfuté, les nouveaux espaces marchands sont renvoyés à la banalité consommatoire ; et les espaces prestigieux du centre ville y gagnent par contre coup en dignité symbolique. Ainsi deux des interviewés non seulement constatent la dénivellation de valeur qui oppose les deux lieux mais attestent aussi que cette dénivellation prend pour eux un sens positif. Une jeune femme cadre supérieur parle de

(1) Une interviewée dit à cet égard qu'une marque comme Cardin a commis une erreur en diffusant trop largement ses produits.

(2) Ces données sont recueillies sur la base d'une trentaine d'entretiens au Carrefour de Vitrolles.

son ensemble Saint-Laurent qu'elle a acheté dans le centre d'Aix en disant : "je l'aurais acheté ici j'aurais eu l'impression que tout le monde pouvait l'avoir". Comme quoi, dans cette "logique de distinction", la différence de prix ne suffit pas, encore faut-il en passer par ce qu'on pourrait appeler le "baptême du lieu", celui-là seul qui signe le fait qu'on est résolument d'un autre monde, puisque ce lieu se donne comme réservé. A l'inverse un étalage Saint-Laurent dans une galerie marchande supposerait que ce qui s'y vend est adressé à tous, que chacun donc pourrait s'y reconnaître : comment alors se reconnaître différentiellement à partir de signes de reconnaissance proposés à tous, installant concrètement la fiction d'un goût commun ?

Mais cette fonction symbolique dont le centre urbain semble être le dépositaire ne joue pas que dans le registre de la distinction. On la décèle aussi dans la réponse d'un jeune cadre moyen qui nous dit que pour faire un cadeau à sa femme, même s'il trouvait du Givenchy en galerie marchande il irait l'acheter dans une parfumerie du centre ville. Cette logique du cadeau, symbolique par excellence, est celle du sacrifice (quand on aime on ne compte pas...) (1) et cette injonction à trouver ce qu'il y a de mieux se crédite là aussi non seulement en termes de prix, mais d'en passer par les territoires consacrés de la valeur... Bien que notre échantillon soit restreint (il n'a qu'une valeur indicative) on remarquera enfin que quatre des cinq cadres supérieurs qui le composent font partie de ce premier groupe (en compagnie de deux cadres moyens et d'un ouvrier).

- 2) A l'inverse, deux fois plus d'interviewés (14), issus de manière majoritaire des "lower middle class" (employés de bureau, vendeuses, techniciens, petits artisans...), font l'hypothèse inverse, d'une installation possible, donc, des grandes marques dans les nouveaux espaces commerciaux, et parient sur un potentiel qualifiant de ces lieux.

Leur discours assez "redondant" s'organise simplement. Tout d'abord "il y a du public pour ça ici", d'ailleurs "certaines marques sont présentes : Hechter, Cardin..." ; ensuite les gens peut-être n'achèteraient pas ou peu mais ça les "amènerait à

(1) On réfléchira, par différence, sur la belle ambivalence du slogan d'Euromarché pour les fêtes de fin d'année (87-88) : "Quand on aime...on compte quand même".

voir du beau" et cela changerait leurs goûts ; enfin il faudrait quand même "soigner la présentation", que "ce ne soit pas sur des rayonnages à proximité des confitures..."

Dans ces réponses non seulement un jugement s'émet - le lieu pourrait être porteur - mais plus profondément une demande s'exprime : au minimum ce serait une bonne chose ; au maximum il serait temps que ces marques prestigieuses reconnaissent que "c'est aussi bien qu'ailleurs".

Reprenons donc le fil de notre développement à la lumière de ces quatre points.

Si un consensus existe sur le fait que fréquenter ces nouveaux espaces ni ne classe ni ne décline, des hypothèses divergentes se font jour quant à la possibilité et à l'attente de consommations valorisantes en ces "lieux et places".

C'est dire que le clivage entr'aperçu - et qui, sous réserve d'enquêtes complémentaires, suit les lignes de la stratification statutaire du corps social - ne concerne pas simplement un jugement porté sur la valeur des marchandises qui y circulent, mais plus fondamentalement sur les enjeux identitaires dont elles pourraient être le support ; qualifiant pour les uns ; disqualifiant pour les autres.

Ce résultat - à confirmer donc par une étude élargie - n'est en lui-même pas très surprenant ; mais tout le problème est de savoir ce qu'on peut en tirer comme conclusion du point de vue de la question des ambiances urbaines caractéristiques de ces espaces et du point de vue de la manière dont des identités de classe s'y visibilisent ou s'y invisibilisent, s'y "ressentent" ou s'y oublient ; s'y cherchent ou s'y dissimulent...

Il n'y a pas de doute que, là, plusieurs "modèles de consommation" coexistent, mais dans quelle mesure cette coexistence est-elle visible et donne-t-elle lieu à des sentiments identitaires ? Telle est la question.

A lire les réponses aux entretiens on pourrait esquisser comme proposition intermédiaire que ces différences d'investissement ni visibles, ni complètement invisibles sont au moins supposées (ou projetées imaginaires).

Les cadres sont supposés "venir faire des courses", nous disent les employés, ce qui alors amène à présupposer que ces

employés admettent venir y faire autre chose que simplement des courses : ils "adhèrent" plus aux lieux, ne se contentent pas d'y prélever quelques marchandises. En toute réciprocité de perspectives - ils se sentent d'ailleurs "visés" par les stratégies élitistes des grandes marques, comme si, d'une manière ou d'une autre, ils se sentaient impliqués dans (ou par) l'aspect déclassant du lieu. D'où leur riposte spontanée à ce jugement stigmatisant (quoiqu'implicite) : "il n'y a pas à avoir honte d'être dans un centre commercial" dit une jeune fille d'une famille de cadre moyen (1). D'où, aussi, l'inversion de la charge : ce n'est pas le public qui est modeste, ce sont eux qui sont méprisants : "c'est du snobisme", ou encore : "c'est une attitude typiquement parisienne"...

On dirait donc "au bilan" que les conformités ou non-conformités à des types de consommation à même de servir de socle identificatoire s'attestent moins qu'elles ne se "préjugent" dans ce type d'espace public. En effet, les soupçons de clivage ou de similitude portent plus sur des attitudes ou des valeurs que sur des gestes repérables ; et on peut alors imaginer que ces soupçons, ces hypothèses, ces présuppositions n'encombrent pas outre mesure l'esprit de ceux qui pratiquent ces espaces ; et que donc ces pratiques urbaines ne rappellent que peu ou pas du tout les consommateurs à leur condition sociale ou à une identité d'appartenance.

Cependant, à ce diagnostic global de faible valeur identifiante et/ou distinctive de ces espaces, on ajoutera pour conclure sur ce deuxième registre d'émergence d'un sentiment identitaire, les deux réserves suivantes - comme autant de pistes à creuser.

- 1) Il est plausible de faire l'hypothèse qu'aux deux extrêmes de l'éventail des catégories sociales qui pratiquent ces centres commerciaux, une fonction d'identification de ces espaces soit vécue de manière plus explicite :

- soit qu'au bas de l'échelle ces pratiques puissent signifier un accès symbolique, une intégration à la société (fut-ce sous la forme triviale de la "société de consommation"),

(1) Deux autres interviewés spontanément évoquent ce thème de la honte, fut-ce par antiphrase...

- soit qu'au haut de l'échelle (cadres supérieurs en l'occurrence) prévale une perception "catégorisante" du public et ce d'autant plus que l'on s'en démarque : si on peut y identifier un public type ("ici c'est la masse populaire"), si on peut l'enfermer dans une catégorie, c'est bien parce que - et pour autant que - on affirme ne pas en faire partie. L'espace commercial se dote alors pleinement d'une fonction identitaire mais au titre paradoxal d'espace repoussoir...

2) A contrario ceux qui se situent au centre de l'éventail, employés, techniciens, professions intermédiaires insistent-ils sur la non spécificité et donc la diversité de ce public... Et cette diversité est neutralisante (naturalisante). Elle ruine par avance toute stratégie incomplaisante et discriminante de catégorisation et d'étiquetage. Si bien que, autre versant du même paradoxe, ceux qui se "retrouvent" le mieux dans le centre commercial y sont d'autant mieux que toute possibilité d'assignation identitaire s'y estompe. Sur les bords de l'éventail on perçoit le public du centre commercial comme un tout spécifique auquel on accède ou dont on prend ses distances. Au centre de celui-ci, ce tout s'illimite et coïncide alors avec l'ensemble ordinaire des univers sociaux. Pour tempérer ce propos on remarquera cependant que cet aveu de neutralité n'est lui-même pas neutre. Ou bien encore il est défensif (ou si l'on veut neutralisant).

C'est du moins ce que laisse entendre la tonalité souvent réactionnelle des réponses qui nous sont fournies. Celles-ci souvent prennent le contre-pied d'une opinion répandue, et dont la question sur les grandes marques se fait l'écho, concernant la réputation médiocre de ces espaces publics : "c'est pas vrai le public s'ouvre" ou bien : "s'ils venaient voir ils se rendraient compte qu'il y a un public", et donc "il n'y a pas de honte à aller dans les espaces commerciaux".

Il semble donc que la réputation déclassante de ces lieux se dénie d'autant plus "sur le terrain" qu'on n'est pas sans savoir qu'elle persiste à l'état d'image stéréotypée et néanmoins stigmatisante. Ce qui alors se fait jour, c'est que la mise en jeu d'une telle image n'est pas simplement locale. Ou encore que les regards auxquels les clients ont à confronter leur identité ne sont pas simplement ceux que posent sur eux les passants qu'ils croisent dans ces centres, mais ceux plus

insaisissables, abstraits et ubiquitaires d'une "opinion" qui, dirait-on, se cristallise dans la réputation (médiocre) d'un lieu.

Ici, il semble que nous touchions à une des limites de notre problématique. En effet ce qui donne sens aux pratiques, et donc munit les acteurs d'une identité qualifiante ou disqualifiante n'émerge pas forcément dans un cadre interactionnel (dans une situation de face à face) mais fait référence à une culture collective qui indépendamment des pratiques réelles affecte de manière conventionnelle les espaces sociaux de signes, de valeurs positives ou négatives. Du bien encore, à la visibilité concrète, effective, qui prend dans son champ un acteur social et induit des effets réflexifs, il faut ajouter cette visibilité plus idéale, plus reculée, plus surplombante, qui via la réputation qu'une "opinion" délocalisée affecte à un lieu saisit également le sujet.

Mais nous croyons que le problème n'est pas de choisir entre ces deux régimes de visibilité mais bien au contraire de voir comment ils "embrayent" l'un sur l'autre, c'est-à-dire de saisir comment concrètement un mode de présence aux autres, une manière de percevoir l'environnement, de le définir et donc de s'y définir se construit pour infirmer ou confirmer un mode de représentation plus général. Ainsi, là où les "lower middle class" voient surtout - ce qui n'est pas faux - une ouverture statistique des publics (1), les "upper middle class" butent plus volontiers sur une sorte de "clôture esthétique" des modes d'appropriation : plus souvent que les autres elles invoquent le modèle de "la foire commerciale" comme emblème des ambiances urbaines de ces lieux.

Et c'est pourquoi il n'est pas possible de répondre simplement à la question des effets identitaires attendant au potentiel classant/déclassant de ces espaces. Ceux-ci sont tout à fait relatifs aux stratégies déployées pour "travailler" dans un sens ou dans l'autre de ce potentiel.

Et si la "stratégie" élitiste s'énonce simplement : elle perçoit l'environnement, les modèles de consommation de manière

(1) Elles y verraient, si l'on nous suit, un élément éclatant de nature à corroborer leur version des faits et à les disculper dans le procès qui leur est intenté... Il se peut alors que cette redéfinition des situations, basée sur des éléments réels, définisse et naturalise leur rapport réel à cet espace...

à les identifier comme signes d'une culture de masse, la stratégie "middle class" est plus complexe : à la fois elle investit ces lieux comme théâtre éventuel d'une valorisation identitaire - elle "a des attentes", elle "escompte cette fonction" - mais à la fois et paradoxalement cela passe par une neutralisation préalable du potentiel identifiant (et stigmatisant) de cet espace. Bref, elle tend à redéfinir cet espace comme n'étant plus un espace de similitude et c'est en cela qu'elle le dote d'une possible fonction identitaire - ou le performe comme tel.

Au total on dira qu'aucune des similitudes pratiques observables par les acteurs n'est "prélevée", par ces mêmes acteurs aux fins de conforter (ou d'y "nicher") une identité d'appartenance catégorielle ("oui, c'est nous, c'est bien nous") :

- soit que cette conformité observable fasse l'objet d'un pointage (inconvenant) dont la fonction est d'initier un procès de distanciation ou de singularisation ("je n'en suis pas") ;
- soit qu'elle fasse l'objet d'une dénégation ("vous ne pouvez identifier personne ici").

Dans les deux cas il apparaît alors que les acteurs ne sont pas complètement quittes d'une confrontation silencieuse à un modèle idéal et reprobateur (1) qui parle leur présence en ces lieux.

Et c'est ainsi que, de manière négative, l'axe de la conformité dramatise et structure la perception de l'environnement, et la manière dont on y négocie sa présence.

(1) Les questions posées sur les grandes marques jouant alors comme rappel incongru de ce jugement déqualifiant...

c) Identité et familiarités urbaines.

Avant de passer au troisième type de contexte susceptible d'induire des effets identitaires, rappelons - en trois points - le fil directeur de notre analyse, afin de mieux cadrer ce troisième chapitre.

Premier point : c'est en tant qu'un individu est perceptible ou visible dans un espace public ou encore en tant qu'il se sait présent aux autres, que cet environnement peut jouer comme "contexte réflexif". C'est en effet en fonction de cette visibilité (ou de cette exposabilité) supposée que l'acteur peut se soucier de contrôler son expressivité. Un tel contrôle expressif suscite alors un retour réflexif (une intériorisation du regard de l'autre) et donc un "sentiment de soi". Tel est le schéma général d'intelligibilité des phénomènes identitaires que nous avons privilégié.

Deuxième point : ce souci de contrôler l'image qu'il donne de lui-même, l'acteur s'y trouve potentiellement confronté, nous l'avons vu, dans la moindre des interactions de face à face dans la mesure notamment où elle le met en situation, sans cesse, d'empiéter sur les territoires de ses voisins momentanés et/ou de leur faire offense.

Mais une telle mobilisation identitaire peut procéder de modifications ou de singularités contextuelles plus massives qui impliquent l'acteur dans des cadres situationnels plus larges.

Troisième point (double) :

- 1) Ainsi en est-il quand son mode de présence aux autres fait l'objet d'une simple variation extensive : le sujet y devient visible pour lui-même en tant que sa visibilité publique croît ou décroît : il "monte sur la scène" ou en descend...

- 2) Ainsi en est-il aussi quand une conformité de pratiques, générale et spécifique, s'atteste en un lieu donné et enjoint implicitement l'acteur de s'y aligner : ici sa visibilité fait l'objet d'une mutation "interne" ; les normes en vigueur localement jouent comme autant de "points de vue" qui structurent de l'intérieur sa visibilité publique et définissent des principes de pertinence quant aux apparences que l'acteur doit avoir le souci de contrôler. Est-il mis

convenablement ? Agit-il comme il faut ? Etc... Le sujet est alors visible en tant qu'il souscrit ou non à des normes - comportementales, d'apparence - : de là peut se déduire une aperception identifiante de lui-même qu'il se souciera d'exhiber ou de masquer selon les cas (qu'il affirmera ou dénier).

Et nous en venons alors à notre troisième type de contextes ou de situations sociales à effet identificateur. En effet, jusqu'à présent toutes "les aventures du moi" décrites se déduisent d'interactions entre inconnus (qu'elles soient ponctuelles ou "massives"). Qu'en est-il des interactions entre connaissances ? Il faut supposer qu'elles "exposent différemment les acteurs" à la visibilité publique, dans la mesure précisément où cette visibilité est alors référable à des informations que la "connaissance" en question possède sur la personne qu'elle rencontre dans l'espace public.

Il y va donc dans ces rencontres de la confirmation ou de l'infirmité d'une réputation préalable. Dès lors le contrôle expressif des acteurs devra-t-il se régler sur la gestion de ce micro-capital "réputationnel" dont il dispose à priori? Que fait-il là ? Avec telle personne ? A telle heure ? Dans telle tenue ? Etc... Telles seront les questions éventuelles auxquelles le sujet serait bien avisé de fournir, ne serait-ce que gestuellement, quelques éléments de réponse.

Cependant "l'interconnaissance" en milieu urbain peut véhiculer d'autres retours identitaires que ceux corrélatifs à un regard éventuellement inquisiteur ; et par exemple le simple fait d'être reconnu (ou plus exactement reconnu comme déjà connu), dans la mesure où ce fait témoigne d'une attention portée à sa propre personne, peut-il susciter des effets identificateurs plus gratifiants. Ces micro-parades de reconnaissance dont un citoyen peut être le bénéficiaire peuvent consister au minimum dans des salutations mais peuvent, de manière plus développée, se marquer dans une sympathie ritualisée : on prend des nouvelles de l'autre ; on notifie par la manière dont on s'aligne dans l'interaction qu'on tient compte du passé relationnel qu'on a "ensemble" : ce "compte tenu" où se met en scène une complicité peut par exemple s'exprimer dans le simple choix des thèmes de conversation (qui embrayent sur une conversation déjà tenue, etc...).

Cependant est-il utile de décrire dans toute sa complexité la manière dont des sentiments de soi peuvent être mobilisés dans de telles rencontres ? Ne faut-il pas au préalable circonscrire la place qu'occupe l'interconnaissance dans les sociabilités urbaines ?

On définit souvent, et à juste titre, la société urbaine comme opposée à la société villageoise du point de vue de l'interconnaissance. En même temps, et de manière tout aussi légitime, une fois la différence reconnue il est possible d'affirmer que toute ville contient en son sein des "poches villageoises" caractérisées par une familiarité minimum entre les habitants. Mais sans doute faut-il aller plus loin et reconnaître que l'espace urbain en chacun de ses lieux mêle toujours les deux types de sociabilité dans des proportions bien évidemment variables. Du point de vue du citadin, et en ce qui concerne sa ville de résidence, celle-ci le confronte toujours à des inconnus et à des familiers. On peut enfin ajouter, si l'on saisit ces relations dans leur dimension temporelle, que l'espace urbain est un lieu de familiarisation, certes progressive, certes lente, certes toujours très partielle, mais cependant réelle. Ou bien encore parmi les gens qu'on ne connaît pas se dégage cependant à terme une "liste" de figures connues. Les personnes que leur métier attache aux lieux urbains (agents de service, commerçants, forains) constituent une bonne part de cet ensemble. Et il est possible d'entretenir avec elles des contacts intermédiaires entre la relation familière et celle qui reste de pure politesse et impersonnelle.

Or il nous semble que ces contacts limites, pris dans une zone d'instabilité entre deux régimes communicationnels, sont des contacts qui ne sont pas toujours faciles à maîtriser et qui supposent une capacité à jouer, à simuler, à trouver le ton. La stéréotypie des conversations chez "l'épicier du coin" témoigne bien de cette prudence à s'engager plus avant ; le ton ironique dont souvent les tiers font les frais va sans doute dans le même sens. Mais l'ironie peut s'appliquer parfois au client ce qui nécessite de sa part un minimum d'esprit de répartie et d'alacrité. Dans le même ordre d'idée la règle des conversations informelles qu'on peut avoir avec des "quasi-

familiers" est d'y adopter un ton enjoué et de la soutenir un minimum. Relations à plaisanterie si l'on veut.

On pourrait dire la même chose des bistrots d'habitues qui obligent ceux-ci à s'acquitter par un minimum expressif de leur "jeton de présence". Or ces jeux sont surtout l'occasion de mini-échecs ou de mini-succès. On peut s'y enfermer dans une gaucherie collante ou au contraire s'en sortir avec élégance ; on conçoit alors que ces situations puissent offrir un site où il arrive que "le soi devienne à lui-même son propre objet".

Plus généralement enfin, la ville est un endroit où l'on est souvent confronté à des situations problématiques avec lesquelles il faut se familiariser, et montrer sur le champ qu'on "s'en sort" correctement.

Les changements de tons relationnels, l'accès à des relations plus ouvertes constituent une telle classe de situations qui, lorsqu'elles sont correctement maîtrisées et du fait que l'étant, elles le sont publiquement, impliquent une confirmation positive (et attestable) du sentiment identitaire.

Qu'en est-il donc de ce point de vue de nos nouveaux centres commerciaux-urbains (ou urbains-commerciaux) ? On pourrait condenser le résultat de nos observations dans les deux points suivants, à propos desquels on ajoutera ensuite quelques remarques.

1) On ne peut déceler de points d'ancrage suscitant des rencontres entre familiers que dans quelques endroits bien localisés : principalement au comptoir des cafés.

2) Les galeries marchandes, les terrasses des cafés, les cafétérias et autres "selfs" sont cependant souvent l'objet d'appropriations "en groupe" et notamment entre "collègues du travail".

Le premier point est le plus évident et le plus facile à expliquer. Les sociabilités localisées, les "poches villageoises" en milieu urbain prennent le plus souvent appui sur la présence de "permanents" du lieu qui garantissent une sorte de présence sociable continue. Bien souvent ces permanents sont des commerçants qui tiennent boutique et où se croisent des clients familiers. Il suffit qu'une conversation prolonge la présence d'un de ces clients pour qu'y croisse la possibilité de rencontres (avec d'autres familiers).

Si donc dans l'espace des grandes surfaces de tels "permanents" existent aussi :

- leur présence est réduite au minimum,
- leur clientèle est ouverte au maximum,
- les achats qui s'y font (en tout cas dans les galeries) sont le plus souvent de achats anomaux qui supposent une faible récurrence, un faible rythme de fréquentation.

Seuls donc les comptoirs des cafés semblent supporter un tel mode de sociabilité ; des familiarités se nouent ; les garçons "repèrent" leur clientèle ; des discussions s'amorcent, les réparties fusent.

Mais cet espace interactionnel apparaît comme très étroitement ancré autour du comptoir : au delà du comptoir commence "immédiatement" la terrasse, celle qui donne sur la galerie. Et, en tout cas visuellement, il n'y a pas d'effet de salle susceptible de définir une unité spatiale dont les consommateurs se sentiraient partie prenante et vis-à-vis des occupants de laquelle ils pourraient éprouver le besoin de se situer.

On peut pour donner un ton plus concret à cette remarque opposer cet espace en terrasse à l'espace d'un bistrot d'habitues. Lorsqu'un étranger y pénètre, il fait intrusion dans un territoire approprié collectivement : par exemple des échanges verbaux s'y mènent d'un bout à l'autre de la salle. Dès lors son "exterritorialité" devient une donnée situationnelle pertinente : d'une manière ou d'une autre l'entrant se souciera de marquer qu'il n'est pas un intrus (il ne veut pas prendre part à la conversation, il s'absorbera dans la lecture d'un journal, etc...), et les occupants moduleront différemment leurs interpellations mutuelles. Bref, quelles que soient les volontés respectives de manifester des égards réciproques, et à cause de cela même il faut supposer que toutes les attentions se focaliseront idéalement sur le même point. Il faut négocier un partage acceptable de l'espace commun.

Rien de tel donc sur les terrasses de nos galeries marchandes ; l'accès aux tables y est libre et n'implique aucune négociation de sa présence auprès d'une entité territorialisante. Non seulement il n'y a pas d'appropriation collective préalable en référence à laquelle il faudrait

marquer sa position, mais le dispositif spatial et la manière dont il est pratiqué réaffirment, dirait-on, la légitimité d'une appropriation dispersante et oublieuse des autres.

De même aucun "effet de seuil" n'est repérable qui rapporterait serait-ce de manière momentanée "l'arrivant" à une communauté de spectateurs. Un tel effet de seuil peut par exemple s'attester dans le cas des "grands cafés" où une allée centrale canalise les entrées et les expose à l'attention centripète des occupants des lieux. On opposerait de ce point de vue d'une "tension optique" le grand café à la cafétéria ou au self, typiques des nouveaux espaces : on y entre plutôt "en coulisse", dans un couloir où les "entrants" sont peu visibles, et du côté "des machines" (cuisine). En bout de chaîne, l'individu servi se trouve lâché dans un espace centrifuge, "dispatchant", et à visibilité fragmentée (le principe des boxes).

On remarquera enfin, pour clore sur cette exception que constituent les comptoirs des cafés, qu'elle n'est elle-même pas générale. Les espaces - comment les appeler ? - de stands où se débitent des boissons, et qui sont campés au milieu des halls ou des galeries marchandes, comme on peut en voir à Carrefour à Vitrolles, s'apparentent plutôt à ce qu'on pourrait appeler des "zincs de gare" : personne ne s'attarde à ces comptoirs là, une fois la consommation payée ; la seule différence, d'un point de vue interactionnel, avec un distributeur automatique tient moins à la relation qu'on peut y avoir avec l'employé(e) - elle est minimale - qu'à la possibilité de se servir du support du comptoir - et pour un instant en général bref - comme d'une "niche d'observation" sur ce qui se passe alentour.

Tous ces éléments concourent donc à donner une image particulièrement fluide de la pratique des lieux. La segmentation territoriale due à des appropriations collectives ancrées y est à son plus bas niveau. Et de même que les effets de seuils y sont réduits au maximum, de même les usagers du lieu n'ont que très rarement à y négocier leur présence du point de vue d'une intrusion inopinée ou recherchée dans un territoire collectif.

Il convient alors de lier ce premier point au deuxième. En effet, il est difficile de ne pas mettre en rapport ce premier constat d'une absence de zones localisant des sociabilités familières (ou plus largement contraignant l'individu à se régler sur une appropriation d'ensemble) avec un deuxième constat, facile à faire, selon lequel les espaces publics dans ces nouveaux centres commerciaux sont plus intensivement pratiqués par des groupes de familiers que d'autres espaces urbains : familles bien sûr, mais aussi à certaines heures collègues de travail, mais enfin groupes de jeunes.

Ces sortes de territorialités nomades (1) que constituent ces groupes en déplacement peuvent certes s'ancrer, s'ajuster à des territoires collectifs "sédentaires" : cas par exemple des bandes de jeunes qui choisissent un café ou une cafétéria comme base d'opérations - cependant on sait que des tensions peuvent naître dans cet ajustement entre territoires (ou prétentions territorialisantes).

Mais ces ancrages sont plutôt l'exception que la règle. Et il est tentant de voir une complémentarité fonctionnelle d'un côté dans le privilège accordé aux territoires collectifs mouvants et de l'autre dans la quasi absence de points d'ancrage de territorialités de groupe.

Par exemple les groupes de collègues de travail qui investissent à l'heure des repas cafés et restaurants s'installent certes dans des endroits particuliers, et y reviennent régulièrement de préférence. De même pour un groupe de lycéennes que nous avons interrogé à Evry qui a "son coin" au puits des cascades à Evry II, et y revient deux fois par semaine, au sortir du lycée. Mais il est flagrant que cette appropriation routinisée des lieux par un groupe, qui s'appuie ou se confirme dans une répétition temporelle (et préside donc à l'émergence d'une habitude) n'est au principe d'aucun ajustement plus extensif aux éléments du cadre et ne s'intègre pas dans une communauté sociale qui serait portée par le lieu.

Comme nous le disions, à midi les tablées de collègues sont toutes "affaires d'elles-mêmes", comme si c'était, au fond,

(1) Pour se faire une idée de leur "tangibilité" il suffit de remarquer qu'en général on ne les traverse pas indifféremment et que souvent on prend la précaution d'une excuse rituelle. De même, autre aspect de leur consistance, les membres de ces ensembles, réglant leurs gestes en toute réciprocité peuvent y être oublieux des territorialités "hors groupe" qu'ils côtoient ou empiètent. Souvent un des membres du groupe prend sur lui de réparer les dommages symboliques ainsi causés ("moins fort", "fais attention au monsieur", etc...).

l'espace de bureau qui continuait à s'exprimer au sein de l'espace public, et non le potentiel expressif du lieu qui venait à resegmenter cet espace professionnel intact quoiqu'exilé loin de ses bases. Ainsi également pour les lycéennes ; elles ont leur coin, y reviennent, mais ne se soucient pas de raccorder leurs pratiques à celles des autres habitués. A l'autre angle du carré de la place, d'autres lycéens d'un autre lycée ou collège ont installé "leur camp de base" : aucun échange ne se produit entre ces deux "coins".

Pour faire métaphore avec le langage propre à la fonction résidentielle on dirait qu'il y a location (temporaire) d'emplacement plutôt qu'appropriation. Et de même que toute location est "enclose" temporellement entre deux "états des lieux", procédure donc qui fait injonction à l'occupant de préserver l'intégrité des lieux, de même aucune trace ne subsiste ou ne doit subsister après le passage momentané du groupe (l'espace à l'arrivée était intact, ils doivent le rendre tel - intact - au départ) (1).

Au contraire dès lors qu'un passage est notifié comme retour par les "permanents des lieux" (serveurs, employés, piliers de bar) qui reconnaissent les clients, et le signifient - par exemple en anticipant par jeu leurs consommations - une sorte d'ancrage symbolique est offert (2) au passant. Il ne fait que passer, mais ces passages "font trace", "affectent" le site pour autant qu'ils sont recueillis ou déposés dans une mémoire du lieu, et que ce recueil ou ce dépôt est marqué explicitement.

Cette notification peut se symboliser :

- soit dans les remarques verbales du personnel de l'endroit ;

- soit, autre exemple, dans le dépôt d'un objet d'usage dont l'attribution est réservée et est, dirait-on, en attente de son destinataire officiellement désigné : le "rond de serviette" constituant le paradigme de ce genre d'objet - témoin, paradigme qui, on le sait, est passé dans le langage courant : "avoir son rond de serviette dans tel ou tel endroit".

(1) Cette contrainte "légale" est évidente quant à son aspect matériel : laisser intact l'espace physique. Elle l'est moins quant à l'inaffectation de l'espace social, comme on va le voir.

(2) La figure de "l'invité" ou du "personnellement accueilli" vient doubler celle du locataire.

Ces préventions ritualisées qui inscrivent ou ancrent l'individu dans un territoire sont précisément celles qui le font passer du statut de client habituel à celui d'habitué (1).

Les observations que nous avons conduites dans nos trois terrains n'ont donc donné que rarement l'occasion d'assister à de telles parades rituelles où une familiarité (ou familiarisation) viendrait à se symboliser et à faire territoire.

L'image d'ensemble est plutôt celle d'un espace social où les "territoires groupaux" sont fluides, mouvants, et en même temps d'autant plus "consistants" qu'aucune territorialité stable ou d'accueil ne vient les analyser, les segmenter ou les diffracter.

On pourrait dire que, de même que les caddies, dans l'ordre du transport de marchandises sont calibrés de manière à pouvoir en déplacer en grande quantité, de même l'espace social est-il calibré de manière à supporter le déplacement autonome - et en toute intégrité - d'unités sociales relativement amples.

Et ce "calibrage" n'est pas simplement affaire de taille - une cafétéria peut recevoir des ensembles nombreux - il est aussi qualitatif. On pourrait dire que les rivages du "flux-client", et parmi ces rivages les points où celui-ci peut arrêter son cours ("les ports", si l'on veut, que constituent cafés, cafétérias, point-rencontre et bancs publics), confirment ou préservent l'intégrité de ces unités de groupe.

Exemplaire à cet égard est l'institution des fast-food comme territoires neutralisants où peuvent se poser les familles et leurs "nichées". On sait par expérience que la sortie au restaurant constitue bien souvent un exercice périlleux où un ordre familial se confronte péniblement à un ordre public (2). Ici trois données de nature purement matérielle contribuent à faciliter la tâche des parents :

(1) Cette convention statutaire peut être repoussée par certains consommateurs ; le serveur doit alors faire preuve de tact - et il arrive qu'il en manque - en ne ratifiant pas trop vite un régime personnalisant de la relation. Systématiquement, le client réfractaire pourrait bien lui signifier d'une manière ou d'une autre "qu'ils n'ont pas gardé les cochons ensemble".

(2) La vigilance parentale y est souvent portée à son comble, contrainte qu'elle est de porter et sur les exactions éventuelles de la progéniture et sur les regards éventuellement courroucés du voisinage, l'infraction étant en tout état de cause relative à une réaction de l'entourage dont à la fois on ne peut pas préjuger et dont pourtant on peut préjuger qu'elle sera dans un premier temps masquée par simple discrétion...

a) l'espace y est en général vaste et "dispersant" - un isolement relatif y est possible ;

b) la nourriture y est adaptée aux désirs des clients habituellement les plus récalcitrants (et qui pourtant n'ont aucun titre gastronomique de nature à légitimer leur dégoût, ce qui risque de rendre celui-ci d'autant plus offensant, et le plus souvent force le prestataire à un humour contrit dont les parents s'accommodent plus ou moins bien) : les enfants, donc (1) ;

c) le nettoyage des lieux est à la charge du groupe, qui peut alors prendre sur lui (en famille donc) de réparer les éventuels dégâts, signes affligeants, comme chacun sait, d'une mauvaise éducation.

Non seulement ces dommages de n'être pas vus sont atténués, mais en outre ils ne provoquent pas l'intervention aussi généreuse qu'embarassante du préposé qui s'offrant poliment à réparer la casse, et, non moins poliment, minimisant cette casse, constate cependant et devant tous toute l'étendue du désastre...

Ces territoires mouvants que constituent par exemple les familles en déplacement n'ont donc pas ou peu l'occasion de se confronter à des territorialités d'accueil par rapport aux règles expressives desquelles elles risqueraient de s'inscrire en faux, ce qui n'irait pas sans dommage symbolique de part et d'autre. Et si l'on veut bien revenir sur le développement qui précède, on peut dégager en quoi les trois éléments matériels invoqués (dispersion de l'espace, type d'offre - nourriture - et responsabilité de l'entretien) sont autant d'éléments qui minimisent l'adhésion territoriale du groupe et lui permettent de préserver son intégrité en déployant un minimum d'attention à l'entour.

La dispersion des places et l'absence de "garçons" lèvent tout d'abord l'hypothèque d'un regard, d'une visibilité prolongée dont le groupe pourrait être le centre et vis à vis de laquelle il devrait continuellement contrôler sa "façade" (ses apparences, ses manières, son maintien). Voilà pour le plus évident.

(1) Quant aux parents sans doute voient-ils dans ce renoncement momentané à faire prévaloir leur savoir vivre le signe d'une magnanimité d'adulte... (la ville comme lieu de caprice pour les enfants).

Quant à la nature de l'offre, acceptable pour une demande enfantine, sa qualité interactionnelle, si l'on peut risquer une telle expression, tient en grande partie au fait qu'elle sera acceptée sans trop de difficultés par un type de citadins - les enfants donc - qui bénéficie par ailleurs d'un relatif droit à enfreindre les convenances rituelles et les règles de courtoisie. Ce qui s'interpréterait comme un "esclandre" de la part d'un adulte, le refus absolu de biens qu'on est pourtant venu quérir en tel lieu (ce qui signifie qu'une confiance qu'on venait d'accorder est immédiatement retirée et à la face même du prestataire), cela donc est relativement admis de la part d'un enfant. Mais du coup il est toujours à craindre que ce droit à l'esclandre puisse faire l'objet d'un mésusage de la part d'un enfant : on dira alors qu'il "fait un caprice". Et l'on sait alors que, pour autant qu'il devient public, un tel caprice équivaut précisément à un esclandre du point de vue de la face du groupe qui vient à s'y endommager. "Se donner en spectacle" constitue donc le troisième mode, particulièrement pénible, d'adhésion territoriale, où un groupe au lieu et au temps même de ses tensions internes focalise l'attention autour de lui et, suppose-t-il, vient déranger un ordre local : de fait, autour de lui, les regards se font-ils fuyants. C'est du moins ce qu'alors du sein du groupe on craint de faire le pénible constat...

On comprend alors mieux pourquoi une relation de solidarité unit d'un côté une pratique fluide et bien souvent à plusieurs de ces espaces et l'absence de territorialités stables où ces ensembles auraient à recomposer leur identité interne au prisme d'identifications transversales portées par les lieux.

Le problème est alors de cerner ce que cette distribution spatiale singulière des appropriations territoriales collectives peut impliquer du point de vue d'éventuels retours identitaires.

Autrement dit les modalités selon lesquelles des "ordres de familiarité" occupent l'espace - soit qu'ils s'y ancrent en certains points précis, soit qu'ils le traversent en le laissant inaffecté - ne sont pas neutres du point de vue des images qu'un environnement public peut renvoyer à un individu.

Le statut marginal des lieux où des relations "d'interconnaissance" peuvent s'ancrer ne doit pas conduire à affecter une valeur négative à nos nouveaux espaces commerciaux. Certes, peu de "rites de familiarisation" y sont observables, peu de marques d'attention personnalisées (et personnalisantes), de nature à donner à leur récipiendaire le sentiment qu'il devient "quelqu'un" pour ses interlocuteurs, ne s'y attestent. Mais ces considérations présentées ici sous le versant négatif - nostalgie des sociabilités villageoises - ont leur contre-partie positive : dans la mesure où ces lieux ne font l'objet d'aucune appropriation collective territorialisante nul n'est fondé (n'est autorisé) à "s'y occuper de vos occupations". Indéniablement, sous cet aspect de l'anonymat des relations, les grandes surfaces commerciales sont des espaces urbains.

Curieusement pourtant, cet axe de la familiarisation qui délivre au sujet qui y progresse le sentiment réconfortant d'être reconnu personnellement n'est pas complètement absent des propos des usagers des lieux. Mais il s'éprouve dirait-on sans contre-partie sociable attestable.

Plusieurs interviewés parlent de l'hypermarché sur un mode possessif et investi : "Carrefour c'est mon supermarché", "c'est mon magasin", "c'est celui que je préfère", "j'y retourne régulièrement", etc... Bref ils déclinent sous diverses formes le sentiment rassurant d'y être chez eux et chargent l'espace du même investissement affectif dont ils peuvent charger "leur ville" ou "leur quartier". On parlerait plutôt d'une familiarisation avec les lieux qu'avec des individus s'y trouvant, mais un même bénéfice imaginaire (et identifiant) "gît" dans cette familiarité objectale (ou avec le cadre). Comme si ces lieux leur devenant familiers la réciproque s'insinuait virtuellement : ce sont eux-mêmes qui deviennent les familiers de ces lieux ; dans les deux sens du mot, on dirait donc qu'ils s'y retrouvent. La preuve de leur attachement ? Ils la témoignent précisément dans leurs retours réitérés et réguliers, c'est-à-dire dans la ritualisation de leur venue (ils ne trahiront pas en "passant" à un autre distributeur). Pour ces usagers la notion de "clientèle fidélisée" chère aux spécialistes de marketing dépasse son

acceptation simplement statistique et renoue avec une signification symbolique plus profonde.

Le deuxième trait que nous avons relevé comme caractéristique des nouveaux centres commerciaux porte sur le fait que plus volontiers que d'autres espaces urbains ils nous semblent pratiqués en groupe (familles, collègues, groupe de jeunes).

Quelles conséquences peut-on en attendre du point de vue des déclinaisons identitaires (des retours réflexifs) ?

Au premier abord il nous semble que ces groupes munissent leurs membres d'une sorte d'enveloppe protectrice qui les isole partiellement du contexte : dans la mesure du moins où l'espace de l'hypermarché rend moins coûteux le travail d'ajustement de "l'en-groupe" sur "l'hors-groupe" ; nous l'avons vu notamment pour les familles.

On peut en déduire que la "présence au public" y est minorée d'autant comme vecteur d'identification. Sauf à ce que, par exemple, l'un des membres du groupe, conscient de l'identité que ce groupe qui s'expose en public lui fait porter (1), n'arrive pas à s'extraire du cadre et à se focaliser sur "l'en-groupe".

Mais ces deux hypothèses, quoiqu'opposées, peuvent très bien être considérées comme les deux versants d'une même réalité : le fait d'être en groupe (ou "d'être avec") affecte la visibilité publique des acteurs : tantôt l'accentuant, tantôt la minorant.

Les groupes de jeunes dans leurs pratiques de l'espace public concrétisent bien cette ambivalence : à l'abri du groupe ils peuvent mieux affronter l'ordre public et tenter alors de "pousser des pointes" vers l'extérieur.

Aussi bien, alors qu'il nous semble qu'on pourrait parler à propos des "ensembles de collègues" et des "ensembles familiaux" d'une sorte de privatisation de l'usage des espaces publics (c'est un espace professionnel ou un espace familial qui migre dans un espace public), il nous semble à l'inverse que les migrations adolescentes sont plus fréquemment polarisées sur l'espace public et s'exposent plus délibérément

(1) Cas par exemple des adolescents en famille qui peuvent souffrir d'une situation qu'ils vivent comme les infantilisant publiquement, et qui marchent dix mètres devant.

à l'environnement public. C'est en ce sens que nous disions plus haut qu'elles contribuaient à "publiciser" l'espace commercial.

Cependant, on ne perd pas de vue que les considérations que nous venons de développer sont par rapport à notre programme légèrement hors sujet : il y va moins en effet de la description des processus par lesquels un contexte peut jouer comme support identifiant, que de l'analyse des modalités selon lesquelles de tels effets identitaires peuvent être filtrés par une pratique spatiale collective : du point de vue donc d'un "acteur en groupe".

Par contre, dès lors qu'on adopte la perspective d'un acteur isolé, et que l'on fait entrer les groupes nomades comme composantes - on dirait objectives - du paysage public, on se replace dans le cadre général d'analyse que nous nous sommes fixés. Il est sûr de ce point de vue que le samedi après-midi, jour où, plus que d'autres, des familles entières viennent se "ravitailler", n'est pas neutre quant au sens de l'espace qui s'en dégage. Personne n'y est chez soi, et pourtant chacun y semble comme chez lui ou en tout cas "entre soi". Un modèle de pratique dominante s'impose par rapport auquel il arrive qu'on puisse effectivement se sentir déplacé.

Il est enfin une dernière modalité souvent périlleuse selon laquelle "l'interconnaissance" peut venir affecter l'image qu'à fréquenter ces lieux un usager a de lui-même. Cas, donc, de la rencontre inopinée de deux "clients" qui se connaissent par ailleurs. Cette rencontre peut être insignifiante ou même bien vécue : dans les "puits" du centre Arcades des citadins se croisent, échangent des salutations, voire engagent des conversations.

Mais on peut raisonner aussi sur la base d'un autre exemple extrême mais pourtant bien réel où la connaissance préalable des interactants révèle violemment et par contraste la charge identifiante des lieux.

La scène est la suivante : un professeur d'Université rencontre à l'hypermarché un de ses étudiants... Quoique la situation soit singulière et somme toute peu fréquente on peut facilement la ranger du point de vue de l'embarras qu'elle suscite dans une classe plus générale qui est celle de

l'ensemble des situations où un individu a accès à une parcelle de la vie privée d'une "personne publique".

Il est commode d'anticiper ces rencontres en termes goffmaniens de scène, de coulisses, d'équipe, etc... Ici, l'étudiant a accès à une partie de ce qui, au vu des relations très spécifiques qu'il entretient avec son enseignant, apparaît comme élément de coulisse. Il sera lui-même gêné d'acquérir des informations sur des bribes (alimentaires) de vie privée, des indications sur le goût, l'emploi du temps ou le mode de vie du professeur en question. En général ce genre de circonstances donne lieu à une parade d'accentuation de la part de la personne "surprise", dont le sens générique pourrait se résumer dans la formule "on n'en est pas moins homme (ou femme)".

Voilà donc un contexte socio-spatial, où d'une part les enjeux représentationnels sont faibles - les espaces d'hypermarché sont plutôt à faible teneur expositionnelle - et qui d'autre part ménage cependant la possibilité "d'interpellations", d'identifications plutôt négatives, en tout cas inconvenantes.

Autrement dit ce sont des espaces où l'on a peu le loisir de s'exposer "positivement" mais où il est parfois possible "d'être lu" négativement. En outre, lorsque ces occurrences négatives se présentent il est difficile d'y échapper, sinon par une parade ritualisée d'accentuation/distanciation (sur le mode ironique) qui permet juste de "rétablir la face".

Dans ce cas on comprend bien que la rencontre affecte profondément la visibilité de l'enseignant (et produise par contrecoup un effet d'identification réflexive). Mais cette visibilité n'est pas simplement une propriété du lieu, ancrée dans le site.

En un premier sens elle est relative à la présence changeante du public environnant, d'où peut émerger un regard qui "portera" différemment : quelqu'un de connu, un étudiant.

Mais plus profondément cette dépendance - l'efficacité de ce regard - dépend elle-même des champs de visibilité préexistants (et existants par ailleurs) d'où "ce regard" avait coutume ou a coutume d'appréhender l'acteur qui est là surpris "hors cadre". On parlerait d'angles de vue différents, ou pour rester dans l'ordre figural de la perspective, de profils différents.

Plus précisément ce qu'enregistrent dans ce cas là les interactants (et ce que l'interaction accentue) c'est en même temps que le nouveau profil la différence de profils et leur simultanéité. Autrement dit c'est au moment même où l'étudiant "découvre" l'enseignant comme un "usager de supermarché comme un autre" que l'enseignant, se voyant découvert comme tel, c'est-à-dire réalisant qu'un nouveau profil (de lui-même) se révèle à l'instant aux yeux de l'autre, en vient à se réfléchir plus concrètement à l'enseigner de ce "nouveau" profil.

Et - deuxième temps idéal - si un tel "baptême" peut faire événement, c'est bien parce que l'autre statut (l'autre rôle, l'autre profil), celui d'enseignant, se maintient dans la conscience des interactants : de là à ce que lui aussi fasse l'objet d'un redoublement réflexif.

Comme si donc l'incompatibilité (idéale) (1) des deux rôles et le fait que pourtant on ne puisse pas ne pas les jouer simultanément (2) les faisaient saillir et les portaient à un degré de conscience objective que le simple fait de les incarner de manière routinière ne dispense pas (ou moins). Bref, on ne se sent jamais tant "prof" et "consommateur" que dans ces cas là.

Oui nous avons bien conscience que ce développement, eu égard à son résultat, est peut-être trop sophistiqué ; et sans doute l'effet de complicité - le clin d'oeil aux collègues - aggrave-t-il notre cas...

Mais si nous avons tenu à le mener jusqu'au bout c'est parce qu'il nous semble qu'il permet de mieux poser le problème des incidences périlleuses que peut avoir une rencontre entre connaissances dans un espace de relations anonymes. Trop souvent ce problème est abordé en termes, moraux, de dissimulation (les "noirs secrets de la vie urbaine"). Un individu est soucieux de ne pas démentir une réputation qui s'attache à lui en évitant de se faire surprendre à tel endroit, avec telle personne (ou catégorie de personnes...).

(1) Au minimum l'espace de la distribution, qui met tout le monde à égalité, dément la structure hiérarchique de l'univers pédagogique.

(2) Pour être client on n'en reste pas moins enseignant avec les prérogatives interactionnelles que cela implique.

Ulf Hannerz tempère cette approche en parlant de "secrets en gris" mais n'en change pas vraiment les termes (1).

Ce qui nous paraît essentiel dans la scène du supermarché que nous avons décrite, c'est qu'une situation gênante se produit mais que pourtant personne n'y apprend rien de proprement inconvenant sur l'autre. Bref, c'est la situation elle-même qui produit l'inconvenance. Et l'on comprend bien qu'aucune dissimulation, aucun déguisement ne tirerait d'affaire nos interactants (ils n'ont rien à cacher). La seule parade qu'on pourrait imaginer - ce que nous avons évoqué - serait une "parade d'outrance" (plutôt en rajouter). Ainsi telle vieille gloire universitaire allait-elle faire régulièrement "son" marché affublée des signes d'une rusticité quasi militante : vieux couffin, veste de velours côtelé élimée, écharpe rouge et béret sur la tête...

Pour résumer tous ces points on dira donc :

- 1) que l'inconvenance n'est pas dans la scène mais dans la mise en rapport des scènes ;
- 2) que cette mise en rapport est très souvent effectuée par le simple fait d'une rencontre entre des individus qui se côtoient dans une autre scène (et se "connaissent" donc) ;
- 3) et que enfin ces rencontres actualisent souvent une signification potentielle du lieu et font porter, dirait-on, "l'identité du lieu" aux interactants (ou accentuent cette charge identifiante et la conscience qu'on en prend).

On aurait là un modèle structural qui rendrait intelligible le rôle que peut jouer la rencontre inopinée de familiers comme révélateur des fonctions identitaires des lieux : les profils observables dans le site s'y "réifiant" de se confronter aux profils attendus (ou déjà connus).

Nous ajouterons deux remarques pour conclure sur ce point.

Tout d'abord nous avons privilégié les "situations inconvenantes" ; mais il faudrait envisager le cas des situations neutres (aucun dédoublement de rôles n'y est observable) et, plus loin, le cas de ce qu'on pourrait appeler les "situations convenantes".

(1) Cf. "Explorer la Ville", op. cit. supra.

Quant aux situations neutres le centre commercial d'Evry nous en offre un cas, à travers l'exemple des lycéennes auquel nous avons déjà fait référence. Nous leur avons demandé si, dans leur pérégrinations, il leur arrivait de rencontrer certains de leurs enseignants et comment cela se passait : à les écouter, sans difficultés ; certains saluent, d'autres pas, d'autres encore discutent un moment. Néanmoins, il n'a pas échappé à l'intervieweur que la question a d'abord suscité, comme première réponse spontanée, beaucoup de rires. La question surprend, vaguement insolite, sans doute à l'image de la réalité à quoi elle fait écho. Aucun rire, par contre, et comme pour confirmer cette interprétation, à la même question portant sur d'éventuelles rencontres avec les parents : rien que de très normal et relativement fréquent. Non ils ne s'inquiètent pas, cela ne leur pose pas de problèmes. Apparemment il n'y a pas de décalage dans les rôles joués. Il faut dire que ces élèves sont jeunes, restent entre elles, et n'utilisent pas encore les espaces ou objets de consommation de nature à leur permettre d'afficher un statut de jeune adulte (terrasses de cafés par exemple). D'une certaine manière elles "jouent encore dans la cour".

Les rôles parentaux et filiaux s'accommodent donc parfaitement de ces pratiques mutuelles de l'espace (les parents eux aussi flânent en faisant leurs courses, mais "font les courses" ne démentant pas leur rôle de pourvoyeurs familiaux).

Quant aux situations dites convenantes il faudrait se référer aux cas d'interactants qui se connaissant sur une autre scène publique se retrouvent dans un espace commun et s'y surprennent à jouer des rôles plus valorisants que ceux qu'ils exécutent généralement sur la première scène. C'est sans doute une des vertus des lieux ou des manifestations de valeur, ou également des "espaces branchés" que de dispenser de tels bénéfices imaginaires. Ou plus exactement la rencontre en de tels lieux en accentue et en "réifie" le bénéfice imaginaire (consommé jusque là de manière plus indéfinie). Mais nous nous éloignons ici des supermarchés...

Pour y faire retour on notera simplement à titre d'hypothèse à creuser que la valeur moyenne des lieux non moins que la grande lisibilité des pratiques qui les prennent pour

cadre (pensons par exemple à l'usager muni d'un caddy) rendent plutôt rares les "rencontres convenantes", c'est-à-dire les rencontres telles qu'à simplement s'y croiser et s'y reconnaître des usagers s'y dotent d'une identité gratifiante...

Sans doute l'exemple extrême de situation inconvenante que nous avons choisi (le "Prof de Fac" et son étudiant) n'a-t-il pas une valeur générique, et bien des côtoiements entre connaissances qui s'y rencontrent y sont-ils neutres du point de vue identitaire.

Il reste qu'on aurait tort de considérer cet exemple comme simplement marginal ou non significatif, et ceci pour deux raisons :

- 1) parce que même si de tels événements symboliques restent rares il n'est pas dit que certains acteurs ne règlent pas leur pratique des lieux en rapport avec cet éventualité redoutée ;
- 2) il ne semble pas que l'on puisse observer de telles vigilances stratégiques dans des lieux de centralité plus classique.

Concluons sur cette partie.

Le problème était le suivant : dans un espace public où les interactions les plus fréquentes sont entre inconnus, la place qu'occupent cependant les relations entre familiers, la manière dont elles entrent en jeu et le rôle qu'on leur fait jouer doivent affecter les qualités identitaires de cet espace et la façon dont ces qualités "font retour" sur les acteurs.

Nous avons distingué trois cas de figures bien distincts selon que ces relations de familiarité :

- 1) venaient s'appuyer sur un socle localisé : modèle de la poche villageoise (permanence spatiale) ;
- 2) étaient le fait de groupes en déplacement, sans assises locales donc (permanence temporelle) ;
- 3) "surgissaient" le temps d'une rencontre inopinée au sein de l'espace public (événementialité spatio-temporelle).

Nous avons ensuite tenté de répondre aux deux questions suivantes :

- Qu'est-ce qui spécifie nos nouveaux espaces commerciaux, par rapport à d'autres espaces urbains, du point de vue, dirait-on, de l'écologie de ces relations entre familiers ?

(Comment ces relations se distinguent-elles dans un espace où dominent les relations entre inconnus ?).

- En quoi et comment les spécificités écologiques de ce type de relations modalisent-elles le potentiel identifiant des lieux ?

Pas de "poches villageoises", avons-nous conclu pour la première figure, à quelques exceptions près et donc peu de rituels personnalisants à même d'étayer une identité (également) personnalisée ; voilà pour le plus simple.

La deuxième figure a fait l'objet de développements plus détaillés.

Au constat quantitatif d'une prime accordée, dans les nouveaux espaces commerciaux, aux déplacements en groupe, nous avons ajouté un autre constat plus qualitatif selon lequel la majorité de ces déplacements à plusieurs induit un usage privatisant de l'espace : autrement dit un espace privé (familial, professionnel) se préserve relativement et se reconduit (sans dommages) au sein même de l'espace public. Ces deux types de groupes affrontent peu leur visibilité externe, et il faut dire que l'espace environnant les aide dans cette adhésion territoriale minimale (rend cette disparition possible).

A l'inverse la "pratique à plusieurs" des bandes de jeunes est fréquemment tendue et organisée en direction de sa propre publicité. Cas de la danse à Marne la Vallée, comme performance doublement publique : la danse-défi confronte le danseur à l'ordre public ; cette confrontation se déroule sous les yeux même du groupe de pairs.

On voit alors comment ces pratiques de groupes filtrent le potentiel identifiant des lieux : à la manière d'un prisme elles invisibilisent ou "survisibilisent" (de leur propre point de vue) les acteurs. En ce sens il n'est pas sûr du tout que la révalorisation identitaire de ces espaces corresponde à une demande et à une pratique majoritaire.

Enfin, nous plaçant du côté des individus isolés (hors-groupe), il nous est apparu que, certains jours du moins, la prégnance des appropriations à plusieurs (le "ravitaillement des familles du samedi") pouvait signer une pratique conforme des lieux suscitant une prise de distance, elle-même

identifiante (selon la deuxième figure identitaire que nous avons distingué et décrite au chapitre précédent).

Quant au dernier point, celui des rencontres inopinées ou fortuites entre familiers, on dira qu'à la fois il n'est pas propre aux terrains étudiés - il y va d'une éventualité générale et "équiprobable" dans tout espace urbain - mais qu'il est susceptible d'y entraîner des effets d'identifications spécifiques plutôt négatifs eu égard à la "médiocrité" de la valeur des lieux et à la grande lisibilité des pratiques qui s'y déroulent.

3. Conclusion : Identité, Images, Ville.

Trait récent de la pensée de la ville : on s'avise aussi bien chez les urbanistes que chez les élus ou encore les commerciaux, de l'importance - on dirait fonctionnelle - de l'image des lieux.

La multiplication des campagnes de promotion destinées à vendre des espaces locaux - villes nouvelles aussi bien qu'anciennes, ou encore entités régionales - atteste bien de cette prise de conscience nouvelle et le prix payé pour ces campagnes permet même de chiffrer cet engouement.

De leur côté les commerciaux promeuvent non seulement des produits mais arraisonnent la production des espaces dont ils ont la charge à leur politique d'image ou de communication.

Mais de quelle image s'agit-il ? Sans doute la référence est-elle à chercher du côté du savoir publicitaire et de sa "logo-technique" : il en va de l'image du lieu comme de l'image de marque ; celle-ci n'est rien d'autre qu'un ensemble de valeurs qu'on souhaite voir associées à tel objet, telle marque, tel espace (modernité, dynamisme, distinction, simplicité, bien être, etc...).

Et, certes, ces "valeurs imaginaires ajoutées" ne sont pas de trop dans un contexte de concurrence : elles orientent des choix et "ciblent" ou "interpellent" des clients-spectateurs dont on pense qu'ils viendront se valoriser à l'ombre de ces espaces-enseignes.

Ce serait donc au crible de cette fonction d'identification valorisante qu'on jugerait la qualité des espaces, et en référence à elle qu'on expliquerait leur essor et/ou leur régression.

Cette fonction d'identification qualifiante serait précisément celle qui manquerait aux centres modernes, commerciaux ou pas, et c'est ce déficit qu'il faudrait alors combler pour accéder à l'urbanité. Tel était du moins le consensus initial que nous avons relevé et qui rassemblait (en simplifiant) les aménageurs - commerciaux et urbanistes - des espaces sur lesquels nous avons travaillé.

Qu'en est-il donc de cette approche du problème à la lumière de notre première analyse sur les rapports entre

identité et espaces publics et sur quels points pouvons nous l'approfondir, la retravailler, voire la déplacer ?

En premier lieu il apparaît que les identifications que suscitent ces espaces ne sont pas simplement affaire de "miroir", d'image que renverrait le cadre "objectif", bref de décor. Tout autant que du cadre, les sentiments identitaires susceptibles d'émerger dépendent de la manière dont ce cadre est pratiqué et, plus exactement, de la façon dont il sollicite l'expressivité des acteurs.

A cet égard il semble que le cadre en tant que tel possède une image plus positive qu'il n'y paraît de prime abord - variété des publics, ouverture progressive vers le haut, apparition lente mais réelle de marques de qualité - mais que par contre les pratiques qui s'y déroulent n'y soient pas perçues comme très valorisantes.

Au mieux - du côté des "lower middle class" - elles sont neutres, ne font pas l'objet de comportement affirmatif de mise en valeur de soi ; au pire - du côté des "upper middle class" - elles font l'objet de parades de distanciation (ou de neutralisation) expressive, ces catégories accentuant les avantages strictement instrumentaux de ces espaces ; se retranchant dirait-on derrière un usage rationnel des lieux.

Globalement, on pourrait résumer cet aspect de la question en parlant d'un espace à faible tension expositionnelle, ou encore d'acteurs qui pratiquant les lieux "restent en dedans" de leurs potentialités expressives. Mais c'est que les lieux eux-mêmes dispensent leurs pratiquants de se confronter trop ouvertement à l'altérité d'un ordre public exigeant. Certes des individus, des groupes s'y côtoient ; des "fréquentations s'y fréquentent" comme nous le disions, mais sans trop de considération ou d'attention mutuelle. La focalisation sur les objets, les migrations en groupe, expliquent pour une part cet isolement relatif (et mutuel) des acteurs : leur indifférence réciproque. Mais ils sont confortés dirait-on dans leur "abstraction" du cadre (1) par certains éléments matériels de ce cadre, de ses dispositifs comme de son personnel.

Ainsi, nous l'avons relevé, de l'absence d'effets de seuil (le franchissement public d'un seuil fonctionnant comme une

(1) Du moins de la composante publique du cadre.

sorte de minimum topologique qui dresse ipso facto une scène publique). Ainsi aussi de l'attitude en retrait du personnel qui ne s'interpose pas entre l'objet et son acquéreur potentiel (putatif !) et contribue à déterritorialiser l'espace : or les franchissements de limites territoriales, tout comme les franchissements de seuils s'accompagnent toujours d'un moment - réflexif - de ressaisie de ses attitudes et apparences, ressaisie anticipant sur le regard de l'accueillant (et y faisant éventuellement parade). Ce motif de sollicitation expressive s'absente lui aussi : on n'a jamais vraiment à y négocier une accession au terrain de l'autre, d'où ce sentiment diffus qu'exprime bien un interviewé qu'en fréquentant ces espaces, on ne "sort" pas vraiment en ville, on y est encore un peu chez soi.

A cette faiblesse de ce qu'on pourrait appeler "l'altérité frontale", celle qui met en face de l'acteur une territorialité où il aurait à négocier sa présence (qu'il aurait à affronter), il faut ajouter une faiblesse égale de l'altérité latérale, celle des publics qu'il côtoie : ni "gens de la haute", ni clientèle d'origine étrangère à la présence trop marquée...

Par rapport à l'enquête que nous avons menée il y a 13 ans dans des espaces similaires le thème de l'insécurité fait ainsi son apparition. Les interviewés reviennent assez souvent dans leur description de ces espaces sur le fait "qu'on s'y sent en sécurité". Et sans doute ce filtrage externe (l'automobile ?) se redouble-t-il d'un filtrage interne : des vigiles sont là pour éviter ou faire disparaître toute trace d'usages déviants des lieux.

Au total on parlerait volontiers d'espaces à altérité faible et à incivilité tiède. Et ce que la mise en jeu identitaire gagne "en confort" - faible exposition de soi, peu de risques de "dommages symboliques" - il est alors normal qu'elle le perde du point de vue d'éventuelles mises en valeur plus qualifiantes et affirmatives.

On comprend alors pourquoi, pour juger du potentiel d'un espace du point de vue des identifications qualifiantes qu'il peut dispenser, il ne suffit pas de simplement l'étalonner dans une hiérarchie des espaces de qualité ; il faut sortir d'une logique qui est celle - marchande et uni-dimensionnelle - de la gamme.

Certes, cette logique de classement joue. On peut toujours situer le lieu dans lequel on se trouve dans un éventail idéal, où celui-ci prend place comparativement par rapport à d'autres (ici "c'est moins bien qu'au centre ville", ou encore "il y a moins de maîtrise (1) qu'à Géant Casino", etc...).

Cette perception scalaire des lieux (comme des objets) est agissante pour autant qu'est agissante, en sous main, une logique de la distinction dont nous avons relevé plusieurs traces dans les entretiens.

Mais il conviendrait de croiser ce registre idéal et abstrait, que l'acteur projette dans la situation, avec un autre registre de mobilisation identitaire plus immédiat et plus actuel et qui tient à la présence des autres, aux types d'attentions qu'ils déploient à l'endroit de l'acteur et à la sollicitation expressive plus ou moins intense qu'induisent de telles attentions (2).

Bref - pour condenser notre pensée en une phrase on dira que des espaces également qualifiés peuvent être inégalement qualifiants/disqualifiants (selon les enjeux expressifs dont leurs pratiques font l'objet) ;

- et pour l'appliquer à nos terrains on ajoutera que si ceux-ci apparaissent comme moyennement qualifiés, ils sont par contre perçus et pratiqués comme étant faiblement qualifiants (faiblement exposants).

On voit donc qu'une simple requalification imaginaire des espaces ne signifie pas automatiquement un gain d'urbanité si en même temps la part que prend la "fréquentation de fréquentations" ou encore la visibilité publique comme support d'expression identitaire dans la pratique des lieux ne croît pas.

(1) Lire "agents de maîtrise".

(2) Du attentes supposées.

EVRY : LE TEMPS DE VIVRE ?



IDENTITE, URBANITE ET ESPACES PUBLICS

1. De l'identité à l'urbanité : reformulation du problème.

On pourrait résumer l'essentiel du chapitre précédent ("Identité et espaces publics") en disant que nous y avons opéré un dédoublement dans l'approche de la fonction identitaire des espaces urbains.

Ce qui s'y fait jour est en effet que les fonctions identitaires que remplissent - diversement - les espaces urbains peuvent être appréciées et analysées sous un double aspect :

- elles peuvent tenir d'une part à la qualification du cadre ;
- elles peuvent renvoyer d'autre part aux propriétés qu'a ce cadre de susciter des comportements expressifs où les individus mettent en scène leur identité de manière plus affirmée qu'ailleurs.

En simplifiant on pourrait opposer de ce point de vue :

- une modalité passive de l'identification : l'acteur reçoit (consomme) une image de lui-même portée par le cadre ;
- une modalité plus active (affirmative) de l'identification : l'acteur y "performe" son identité à travers la manière même dont il contrôle sa présentation de soi sur une scène publique ; certains cadres seraient ainsi à la fois plus exigeants et plus praticables à cet effet.

Mais ce résumé rapide appelle deux sortes de commentaires.

1) La coupure entre ces deux régimes d'identification n'est pas absolue, comme nous l'avons d'ailleurs remarqué ci-dessus.

Ainsi la manière dont un acteur contrôle ou gère "activement" sa présence aux autres s'articule avec l'identité qu'il suppose que la réputation (qualifiante ou disqualifiante) des lieux lui fait porter.

2) Mais surtout, nous avons, sans nous en expliquer, réservé la qualité d'urbanité aux cadres spatiaux à forte exigence et praticabilité expressive. Comme si seuls étaient véritablement urbains les lieux où les enjeux d'expression identitaire pouvaient être à la fois plus investis qu'ailleurs et plus maniables.

Et c'est même de ce point de vue que nous avons jugé les espaces des centres commerciaux étudiés comme faiblement urbains : faible tension expositionnelle, et en même temps faible maniabilité expressive (cf. ci-dessus le développement sur la rencontre de l'enseignant et de l'étudiant) ; et ceci donc malgré une image des lieux moins négative qu'attendue, et sans doute en voie d'amélioration.

Ce point est donc crucial puisqu'il concerne l'enjeu même de la recherche : de quoi parle-t-on lorsqu'on vise "l'urbanisation" des espaces centraux-commerciaux en Ville Nouvelle ? Qu'est-ce que l'urbanité ? Quel est son rapport avec la fonction d'identification des espaces publics ?

Notre parti sera donc de considérer que l'urbanité est une qualité qui s'attribue à certains types d'espaces publics et renvoie à certaines singularités de ces espaces envisagés comme cadre d'expressivité (1).

Pour argumenter ce parti pris hypothétique, puis pour le mobiliser concrètement dans l'analyse de nos terrains (en quoi et pourquoi ces espaces sont-ils ou non urbains ?) nous procéderons en trois temps.

1) Tout d'abord il faudra justifier le fait que nous réservions la qualité d'urbanité à un type d'espace social plutôt qu'à un type d'espace architectural ou urbanistique.

(1) Et plus particulièrement d'expressivité identitaire.

2) Ensuite nous ferons un long détour par les centres urbains classiques, hauts lieux d'urbanité dans notre culture spatiale :

- En quoi leurs espaces offrent-ils un cadre singulier d'expression identitaire aux citoyens qui les pratiquent ?

- A quels éléments d'organisation spatio-fonctionnels peut-on référer ces traits singuliers de leur cadre expressif ?

Telles seront les questions abordées.

3) Il sera alors temps de revenir à nos terrains, pour enregistrer les différences qui s'y observent du point de vue des comportements expressifs, et tenter alors de relier ces différences à des différences repérables dans les dispositifs spatio-fonctionnels qui les caractérisent.

Telle est donc l'économie, idéale, de notre démarche dans ce deuxième chapitre.

2. Urbanité et Centres Classiques.

Ce qui caractérise les centres classiques, hauts lieux de l'urbanité dans notre culture de la ville, c'est, bien sûr, qu'on s'attend à y trouver une animation importante ; mais surtout que celle-ci est consommée, appréciée pour elle-même, comme une valeur propre à ces espaces.

En ce sens ce qui fait la qualité proprement urbaine des espaces centraux - et ce serait pour nous une sorte de postulat de base - ce serait le fait que l'on puisse y venir pour simplement y fréquenter des fréquentations, ou en tout cas qu'on puisse y venir aussi pour cela.

Comment donc, avant même que de tenter de la reproduire, décrire cette "singularité conjonctive" propre à ces lieux qui, en ville, semblent plus urbains que d'autres. Quels en sont donc les ressorts ?

Une chose est sûre : ils ne sont pas fonctionnels. Si la sortie en ville s'épuise pour des motifs fonctionnels, si les pratiques et les trajets y sont strictement finalisés alors sans doute manque cette dimension d'attention latérale à la fois diffuse et "excédentaire" où l'animation est consommée pour elle-même.

L'urbanité serait sous cet aspect une des composantes de la suprafonctionnalité que les sociologues urbains (1) dégagent comme qualité spécifique des espaces centraux.

Pourtant il est difficile de s'appuyer sur ce type d'approche pour avancer : c'est que soit on en reste à des considérations négatives (la suprafonctionnalité est non fonctionnalité) ; soit on tente de développer positivement l'analyse et la suprafonctionnalité devient alors un type particulier de fonction (supra) : échange social, brassage culturel.

Espaces animés, à fonction d'échange social et de brassage culturel, telles sont les vertus sociables que l'on prête le plus spontanément aux quartiers centraux des villes. Mais comment passer du constat, évident, de l'animation, à celui de la fonction d'échange ? D'un côté on ne peut se satisfaire

(1) Cf. Claude Soucy.

d'une simple approche en termes d'animation - termes vagues, "impressionnistes", quoique non dépourvus de fondement réel ; d'un autre, si l'on ne veut pas en rester à cette description de surface, il nous faudrait tenter de repérer comment, au centre, la fonction d'échange s'accomplit, les rencontres se nouent, les transferts culturels s'opèrent, etc...

De sorte que la définition de l'urbanité, c'est-à-dire d'un mode singulier de "conjonction des flux", - si l'on nous suit - oscille constamment entre deux modèles :

- l'un minimal dont on ne peut se satisfaire : le centre, et plus généralement les lieux urbains sont des lieux à fréquentation intense (critère de l'animation) ;

- l'autre maximal et "exigeant" qui ne statue sur les qualités (suprafonctionnelles) d'urbanité d'un espace qu'à raison des échanges réels et des rencontres effectives qui s'y opéreraient.

Cependant faut-il choisir ? Et la pauvreté de l'approche en termes d'animation doit-elle absolument "s'exorciser" dans une définition de la ville comme "richesse relationnelle" ?

Autrement dit, s'il est certain qu'il ne suffit pas qu'un quartier soit "animé" pour qu'il devienne "urbain", est-on sûr qu'il ne le devient qu'à raison des échanges qui s'y contractent ?

Notre parti sera de rompre avec cette alternative et de définir l'urbanité comme un mode de présence des flux les uns aux autres ou de partage d'espace public par les citoyens :

- 1) irréductible à de simples considérations quantitatives, mais :

- 2) dont la "consistance" singulière est descriptible indépendamment des rencontres qui peuvent y advenir.

Ce parti pris définitionnel nous pouvons en argumenter la pertinence et la cohérence dans les trois points suivants.

- L'urbanité est tout d'abord l'attribut ou la qualité d'un espace social : bien sûr cet espace social a ses conditions spatiales propres ; mais il faut bien reconnaître que lorsqu'un jugement appréciateur s'applique en ces termes à un espace (un jugement d'urbanité) il désigne une qualité d'occupation, un mode de fréquentation plutôt que le cadre bâti, même si celui-ci peut être rendu "responsable" d'un tel effet urbain.

- Ensuite la catégorie d'animation est une catégorie trop massive qu'il convient d'affiner ; l'animation proprement urbaine n'est pas simplement un état statistique de densité d'occupation : à ce compte-là les lieux les plus urbains seraient les halls de gare aux heures de pointe...

On parlera d'animation urbaine lorsque celle-ci devient pour une part son propre objet ; lorsque l'enjeu d'une fréquentation dense est, comme nous le disions, de "fréquenter des fréquentations". Dans cette logique non seulement l'animation se prend pour objet, mais elle devient pour une part son "propre sujet" puisqu'elle s'auto-entretient. On retrouve à ce niveau l'effet de boucle récursive caractéristique de la dynamique des espaces centraux.

- En troisième lieu, s'il importe d'affiner la catégorie "d'animation", peut-être convient-il de faire le travail inverse en ce qui concerne la notion de sociabilité urbaine ou de relations sociales (ou d'échange social) en milieu urbain. Le jeu de catégories utilisées dans la description du niveau relationnel nous semble en effet le plus souvent singulièrement dur, qui oppose idéalement le modèle plein de la rencontre au triste constat de la "foule anonyme" (l'un renvoyant à l'autre...).

Or, est-on sûr que l'absence ou la rareté des rencontres effectives en milieu urbain soit le signe d'un espace social négatif (solitude, anonymat, etc...) ? Imagine-t-on ce qui se passerait si chaque sortie devait se solder par la contraction d'échanges pleins ? Il y a fort à parier que l'on réfléchirait à deux fois avant de "sortir en ville" ! Sur cette lancée il faut sans doute accepter que ce que "l'on demande" à la ville (serait-ce là son urbanité ?), c'est bien souvent de nous permettre d'être en présence des autres (pour autant que cette présence ne soit pas problématique) tout en différant les contraintes d'une relation "entière" qu'il faudrait alors contrôler...

Plus généralement les analyses micro-sociologiques d'un Goffman ont porté en pleine lumière tout le travail relationnel, la plupart du temps inconscient, que développent deux individus dès lors qu'ils sont pris dans un même champ de

co-présence, que ce travail se solde ou non par une "rencontre" (1).

On pourrait ainsi avancer que le paradoxe fondateur de ce courant micro-sociologique consiste dans le fait que même l'esquive de la rencontre ou de la relation suppose tout un travail, social, de maîtrise des expressions (jeu contrôlé sur les postures, les gestes, les directions du regard, etc...).

Une fois dit qu'un espace social ne donne lieu à aucune rencontre on n'a donc encore que peu avancé dans l'intelligence des qualités proprement sociales de cet espace. En effet la simple co-présence qui instaure un espace comme espace social (espace socialement partagé) peut se négocier selon les cas de diverses manières, apparaître comme redoutable ou désirée, qualifiante ou disqualifiante, coûteuse ou gratifiante, etc...

"L'urbanité" désignerait alors, dans cet éventail de possibles, un type d'espace social - nous serions tenté de dire un type "d'espace sociable" - dont la vertu serait qu'il autoriserait à la fois la proximité aux autres (une proximité non problématique) et garantirait une distance, et donc la préservation d'une intégrité minimale. Et c'est en cela sans doute que la fameuse formule - médiévale - de "l'air de la ville qui rend libre" trouverait un regain de pertinence.

Mais ici il nous faut dire plus pour rendre le propos moins arbitraire et abstrait. Pourquoi en effet attribuer à ce type d'espace social la qualité d'urbanité ? Et d'autre part sa description en termes de "distance" et de "proximité", si l'on en reste là, risque de demeurer bien formelle et desincarnée.

Le plus commode est sans doute de se référer à l'expérience - largement partagée - des ambiances urbaines auxquelles nous confronte la pratique des espaces centraux classiques.

Animation, foule, voilà le plus évident ; espace accessible, au public mobile, se renouvelant rapidement. Mais également public contrasté pour autant que ses origines, sociales, géographiques, sont diverses : le centre est en effet un lieu dont on "n'est pas", mais où l'on vient, et souvent de loin. Mais encore diversité d'occupation de ces publics, qui correspond à la détermination traditionnelle des secteurs centraux comme "quartiers d'affaires et de loisirs". Les attitudes citadines y peuvent être tranchées, de l'oisiveté

(1) C'est-à-dire une interaction s'accompagnant d'un échange verbal.

disponible du flâneur, à la traversée rapide et indifférente de l'homme "affairé" en passant par la curiosité détendue du touriste ou du visiteur. Enfin, ce sont des lieux où "s'emmagasinent" diverses valeurs : au minimum on y trouve des biens rares (services, informations, marchandises, "partenaires") dont la présence à l'entour est plus improbable. De là procède sans doute le sentiment qu'au centre les déplacements ont un enjeu plus palpable (1) qu'ailleurs : plus grande attention à la tenue, dimension "prospective", curiosité plus librement affichée...

Arrêtons là cette énumération rapide de traits volontairement disparates ; et constatons qu'elle brasse, en vrac, des déterminations qui portent d'un côté sur le substrat, spatial et fonctionnel, des centres - polyfonctionnalité, accessibilité des lieux, taille de l'aire d'impact - et de l'autre sur l'espace social lui-même ("l'air de la ville"), c'est-à-dire sur l'éventail des individus qui y sont présents les uns aux autres non moins que la manière dont cette présence est négociée : anonymat, curiosité et indifférence mutuelle, etc...

Il est alors possible, sur la base de ces premières considérations, d'approfondir l'analyse, c'est-à-dire de dégager les relations qui font correspondre à un type de distribution spatiale des activités - en l'occurrence celui que réalisent les centres classiques, ces lieux urbains "plus urbains que les autres" - un type singulier d'espace social ; et l'on comprend alors qu'on puisse à son propos parler d'urbanité.

Cette déduction des qualités "socialitaires" d'un espace urbain à partir des singularités spatiales et fonctionnelles de son substrat, devrait donc nous permettre de définir à grand trait l'urbanité comme "type idéal" et en outre d'ancrer territorialement cette définition idéal-typique.

Ainsi, on peut relever trois grandes caractéristiques fonctionnelles des espaces centraux - leur accessibilité, leur polyfonctionnalité, leur qualité d'être des "lieux de la valeur" - et voir ce qui peut s'en déduire quant aux modes de fréquentation des espaces publics que ces singularités "ménagent" ou programment.

(1) Même s'il reste indéfini.

Parler d'accessibilité en matière de centre urbain c'est d'abord désigner une réalité quantitative plutôt qu'une propriété de site : bien d'autres lieux sont accessibles mais il se trouve qu'ils sont moins densément pratiqués, à l'exception d'usagers locaux.

L'accessibilité "advient" plutôt comme un problème (et une solution) ou une qualité qu'un centre en fonctionnement se doit d'acquérir, d'aménager ou de cultiver. C'est donc tout à la fois une donnée à produire et une règle de fonctionnement : la facilité d'accès dépend aussi de la fluidité des déplacements au centre. Centralité et mobilité de l'ensemble urbain sont donc étroitement liés : non seulement la centralisation de l'espace urbain est fonction du taux de mobilité des citoyens, c'est-à-dire de leur possibilité de se déplacer pour s'y rendre, mais encore un centre engorgé par des pratiques trop sédentaires perd en accessibilité et donc risque de péricliter au profit d'autres pôles potentiels. Alors, l'image biologique du coeur (de ville) prend toute sa pertinence : point nodal où transitent sans s'arrêter les flux qui viennent de et repartent vers la périphérie épidermique du corps.

Au centre la mobilité est ainsi la règle ; ce qui détermine son "public" sous trois aspects :

- 1) il se renouvelle ; le centre n'est son territoire que comme lieu de passage ;
- 2) il est "délocalisé" : il n'est pas du lieu, il vient d'ailleurs ;
- 3) il ne se "ressemble" pas puisqu'il provient de la périphérie envisageable comme extension de la diversité.

L'accessibilité quantitative dont nous venons de parler est donc aussi une accessibilité qualitative. Le centre est l'espace public par excellence, c'est-à-dire l'espace où en théorie "l'intrusion" n'est pas possible puisqu'il n'est approprié - privatisé - par aucun sous-groupe particulier ; d'où le sentiment, en principe universel, de n'y être pas déplacé.

Du rappel de ces déterminations fonctionnelles on peut donc déjà tirer des conséquences - "nécessaires" - concernant la structure de son espace social, ou les formes même des

modalités selon lesquelles les citoyens sont présents les uns aux autres.

Cet espace :

- 1) met en présence des individus à faible degré d'interconnaissance - anonymat relatif ;
- 2) fait se côtoyer des acteurs sociaux différents - exposition à l'altérité ;
- 3) et enfin, pour renouer avec une rhétorique soixante-huitarde, compose des ensembles où "l'exclusion est exclue". Pas de communauté à base territoriale, pas de "chez nous" possible dans lequel s'inclure, ou face auquel fuir...

Un deuxième élément fonctionnel, constitutif de la "structure-centre", est sa polyfonctionnalité : la règle du centre classique est tautologique : "va au centre ce qui est central", c'est-à-dire ce dont l'aire d'impact est à l'échelle de l'agglomération : administration, hauts lieux religieux, services et commerces rares, équipements culturels particulièrement attractifs, presse, médias ; plus simplement "quartiers des loisirs et des affaires". Certes, au centre peuvent se nicher des quartiers spécialisés qui accueillent précisément des "singularités trop singulières" pour qu'elles puissent prospérer à des échelles plus locales ; mais ces spécialités se fondent dans l'hétérogénéité du tout. Dès lors que l'une est trop massive - quartiers d'affaire, City ou centre commercial - alors on n'a plus affaire à un "vrai" centre.

Cette propriété fonctionnelle de diversité a une implication qui nous semble cruciale au plan de l'espace public. C'est qu'elle rend difficilement identifiable les motifs des déplacements des passants que l'on côtoie au centre, enveloppant ceux-ci (ces déplacements) d'une part irréductible d'indétermination. Et ceci non seulement aux yeux des autres mais "à ses propres yeux". La sortie en ville est toujours potentiellement sur-déterminée ; elle peut se motiver "latéralement" ou se chercher (et se trouver) des alibis comme on le voit dans le cas des femmes qui ne sortent s'affronter à la ville comme "champ de regards" qu'en prenant la précaution de "motiver" plus prosaïquement leur excursion (courses à faire, etc...). La multiplicité des lectures possibles

concernant ces motifs n'est donc pas simplement due à un manque d'information des individus co-présents dans le champ mutuel de perception que constitue l'espace public. Elle renvoie à une démultiplication, toujours susceptible de s'actualiser, de ces motifs.

Au total les faits et gestes des individus, au centre, acquièrent, dirait-on, un "statut optique" tout à fait singulier qui neutralise l'opposition de la transparence et de l'opacité. Le sujet n'y est jamais "à nu", sa présence au centre dévoile peu quant à ses raisons d'y être, etc... Et partant il n'a aucun besoin - ou moins besoin qu'ailleurs - de "chiffrer" ses comportements, de se trouver des couvertures, bref de "s'opacifier". Goffman parle à ce propos de translucidité de l'acteur : on ne sait pas en détail à quoi se livre celui-ci, mais on sait - en gros - qu'il n'y a là rien de problématique ou d'alarmant ou encore de stigmatisant.

Le passant, au centre, exploite cette propriété de l'espace social. Il peut se nicher dans le confort (relatif) de la translucidité, voir et être vu sans trop se soucier de masquer ce que révélerait sa présence en ces lieux : l'espace le décharge en partie de cette astreinte là. On dirait qu'il "chiffre" ses comportements en ses lieux et places.

Troisième trait fonctionnel des espaces centraux - caractéristique du type de distribution spatiale des activités qu'ils matérialisent : une polarisation de l'espace de la valeur. Au minimum l'attractivité d'un centre dépend de la concentration locale de ressources "emmagasiniées". Certes, il est des ressources rares et "prisées" qui peuvent être spatialement diffuses, ou bien encore dont les "gisements" peuvent être éparpillés. Mais une des bases constitutives des phénomènes de concentration est que la présence de biens ou de services ou d'informations rares et prisées, qui motivent des déplacements exceptionnels (ou peu fréquents) bénéficie latéralement de la présence d'autres biens similaires déjà inducteurs de tels déplacements. De sorte que, au centre, la proximité des ressources se transmute spontanément en ressource de la proximité.

Donc d'une part c'est là qu'on est susceptible de trouver "ce qui se fait de mieux" : le centre bénéficie d'un préjugé

d'excellence. Mais d'autre part et surtout il se produit une sorte de cumul local qui entraîne deux effets :

- les lieux mêmes semblent "sédimer" la valeur qui y circule, et à fréquenter ces espaces (1) le passant n'est pas quitte ou peut ne pas être quitte de s'y présenter au meilleur de lui-même.

- "Etre à la hauteur des lieux". Il y a par exemple, pour prendre un indicateur trivial, une échelle implicite de l'excellence de la tenue qui se parcourt selon le temps - "s'endimancher" - mais bien plus sûrement selon les lieux : les quartiers prestigieux des centres villes sont des espaces où il est difficile, comme disent les anglais, d'être "over-dressed".

- En même temps - "ressource de la proximité" - les objets ou les styles ou les lieux de valeurs s'y donnent comme superposés ou se chevauchant : l'un cachant toujours l'autre. Cette forme spatiale de l'offre, qui organise ses contenus "en profondeur" incarne matériellement l'image du réservoir - inépuisable - que tout centre, digne de ce nom, embarque dans ses soutes. La modalité de regard et d'attention qui convient à cette topologie là et que celle-ci, pour ainsi dire, sélectionne, est celle nous semble-t-il de la prospection. Acuité et tension du regard, qui, au centre, parie sur le surgissement de la valeur, et spéculé sur la possibilité d'y "faire affaire".

Qu'en déduire au plan des propriétés de l'espace social ?

Eh bien tout d'abord que la présence aux autres, la fréquentation de leur fréquentation peut y être appréhendée comme valorisante (ou éventuellement dévalorisante). Certes, la vie sociale ménage d'autres occasions de se mettre en valeur, ou d'acquérir une image qualifiante de soi-même, mais il y faut en général un acte qui engage plus que le simple acte de présence...

D'un autre côté la composante que nous avons dite prospectrice du regard implique nous semble-t-il un rapport actif à l'espace environnant, une attention aux flux, toujours soucieuse d'extraire en leur sein des différences inattendues. Et c'est pourquoi même les temps et les lieux de la détente nous paraissent, au centre, impliquer une tonalité "d'affairement" que l'on ne retrouve sans doute pas dans

(1) Où la valeur est principe d'englobement.

d'autres contextes. Le badaud, en tant qu'il est captif des spectacles qu'il "gobe", est à cet égard une contre-figure et de fait "encombre-t-il", en ces lieux. Au contraire, la superposition intense des spectacles et leur renouvellement donne une prime au regard sélectif et, dirait-on, le sélectionne.

Il y a là, pour le citoyen, le territoire possible d'une émancipation, du moins d'un sentiment de dégagement qui tient pour une bonne part au fil tenu de cette faculté de mobiliser son regard dénivelant la réalité, à sa guise, entre le sans intérêt et le digne d'attention.

Peut-être est-il temps de récapituler. Jusque là, nous avons procédé par touches successives, remontant de propriétés fonctionnelles de l'environnement jusqu'aux traits constituants de ce type d'espace social - d'espace de co-présence - qui forme pour nous le contenu réel que vise la notion d'urbanité (1).

Mais de même que les traits de mobilité, de polyfonctionnalité et de "localisation de la valeur" ne se donnent pas séparément mais se renforcent et s'accroissent mutuellement, de même certains des traits distinctifs de l'urbanité de ces espaces se composent-ils et contribuent à donner aux ambiances urbaines - en tant qu'urbaines dirait-on - leur consistance propre.

Anonymat, espace ouvert - sans exclusions -, présence de l'altérité, translucidité des pratiques, enjeux qualifiants, acuité prospectrice et sentiment de dégagement constituent, si l'on nous a suivi, les coordonnées idéales de l'urbanité. Ces coordonnées sont idéales dans la mesure où aucun espace concret ne les "réalise" complètement. Toujours quelqu'un pour vous reconnaître, pour vous donner un sentiment d'exclusion, pour démasquer ce que vous êtes en train de faire, etc... De même certains quartiers centraux sont relativement neutres quant à une éventuelle qualification et peu porteurs d'information.

Mais surtout ces traits basiques de l'urbanité que nous avons donné dans le désordre bien souvent congruent et s'appellent l'un l'autre ; leur jeu simultané contribue en

(1) Et à quoi elle s'applique comme type spécifiant.

effet à "élire" - à sélectionner - un mode privilégié d'attention aux autres et d'attention à l'attention qu'ils nous portent. Toute "plongée" dans un espace public confronte en effet le citoyen à des problèmes de "publication de soi", c'est-à-dire induit une attention contrôlée à la maîtrise des implications expressives de sa (de ses) conduite(s). Sous cet angle l'urbanité est susceptible d'être définie comme un espace social particulier qui module - qui "sculpte" - le jeu de ces implications expressives :

- Quels sont donc les faits et gestes impliquants (signifiants) dans un tel contexte ?
- Vers quels contenus identitaires font-ils signe (quelle image de "soi" s'y met en jeu) ?
- Quelle est "la force" de ce jeu expressif, et la marge de manoeuvre qu'il laisse aux acteurs ?
- Quelle en est, enfin, la portée (dans la vie, sur d'autres scènes...) ?

Plutôt que d'examiner ces déterminations l'une après l'autre, on peut prendre le problème de manière plus affirmative et synthétique en disant que ce qui caractérise les contextes d'urbanité est que les implications expressives portant sur la réputation (préalable) des acteurs y sont moindres qu'ailleurs.

Ce qui ne veut pas dire que, quitte de tout problème de "réputation" à confirmer (ou à ne pas infirmer), le citoyen puisse, dans les quartiers centraux, se comporter "libre de toute contrainte" : par exemple la traversée des espaces publics expose souvent l'acteur à des problèmes de maintien ou de contenance ("faire bonne figure" en telle occurrence ; ne pas perdre contenance en telle autre). Simplement on dira que le contrôle expressif qu'il exerce sur sa conduite s'ordonnera moins par rapport à une conformation à une image de soi préalable (à des informations sur lui dont il suppose que ceux qu'il croise puissent y avoir eu accès par ailleurs) que par rapport à une stricte conformité aux usages du lieu.

Cet axe de variation des motifs du contrôle, qui va, si l'on nous suit, de la réputation à la contenance, on peut bien sûr le "remplir" de solutions intermédiaires. Il est possible par exemple de perdre contenance dans un milieu social à forte

interconnaissance personnelle ; réciproquement on peut se forger progressivement une "réputation" dans un milieu d'inconnus (sur la base, par exemple, du déploiement de capacités à "s'en sortir" dans des situations publiques - statut gratifiant des "vedettes" des cafés publics...).

Il reste que les espaces publics "urbains" conservent comme qualité différentielle cette propriété de minorer (relativement) les préoccupations de réputation personnelle, c'est-à-dire d'alignement, de conformation de ses conduites sur une image personnelle dont les multiples relations du sujet - mais sur d'autres scènes (familiales, professionnelles, militantes, associatives...) - seraient les gardiennes sourcilleuses et, éventuellement, incombaisantes.

Cette levée relative du "souci de soi", d'un soi identifiable personnellement, prend appui sur deux traits de l'urbanité, que nous avons cités plus haut, l'anonymat et la translucidité, mais surtout s'étaye sur leur combinaison.

Anonymat : les passants ont peu d'informations (1) mutuelles les uns sur les autres ; translucidité : les pratiques du centre, multidéterminées, laissent peu de prise à une collecte d'informations supplémentaires sur les uns et les autres. Il est alors évident qu'un espace à la fois anonyme et translucide préserve le citadin de tout souci réputationnel. A l'inverse dans un espace d'interconnaissance, même la polyfonctionnalité des usagers ne garantit pas la translucidité : telle conduite est toujours susceptible de prendre sens au regard des informations fournies que les passants possèdent les uns sur les autres (par exemple le fait de se déplacer avec telle compagnie peut devenir très indicatif). De même un espace monofonctionnel, qui "renseigne" ipso-facto sur les motifs d'une présence exige un anonymat absolu pour que le sujet soit quitte de toute préoccupation réputationnelle (2).

Ce "congé" pris par rapport à l'identité personnelle se redouble aussi d'une préoccupation moindre, ou du moins d'une modulation des préoccupations portant sur l'identité sociale. Age, sexe, classe, ethnie, qui en forment les principes catégoriels les plus opérants sont réputés, dans l'espace

(1) Sur l'identité personnelle.

(2) Cf. ci-dessus la scène de l'enseignant et de l'étudiant au supermarché.

public urbain, ne pas entrer en ligne de compte ; du moins en termes d'accès. Il est certain que cette ouverture de l'espace public est toute théorique, qu'elle ne signifie pas l'abolition des différences, et que le jeu cruel de la discrimination y trouve bien d'autres ressorts. Il n'empêche que la règle majeure d'occupation de l'espace urbain que Goffman définit comme règle (paradoxale) d'inattention polie - et selon laquelle il faut marquer discrètement et poliment qu'on ne s'occupe pas des occupations des autres - "ouvre" l'espace public bien plus que ne le ferait la simple délivrance d'un droit d'accès : sorte, si l'on veut, d'ouverture non au seuil de l'espace public, mais ouverture "en profondeur", ouverture constitutive.

Ce trait trouve en outre une correspondance au plan des transactions de service qui fournissent le plus clair des relations effectives dans un espace urbain central. Or ces transactions de service mettent en jeu deux types de règles qui en modèlent le cours : "règles de courtoisie" et "règles d'égalité" qui s'expriment par exemple dans l'institution des tours d'ordre ("premier arrivé, premier servi"), lesquels sont supposés faire abstraction des différenciations sociales.

Au total il semble donc que, si dans les espaces urbains les acteurs ne sont pas quittes d'une attention portant sur les implications expressives de leur comportement au regard des modèles de conformité localement pratiqués, cette attention procède moins qu'ailleurs par alignement de leur conduite sur ce que leur place dans la société requiert d'eux :

- place dans une "société localisée", dans un réseau de relations gardien de leur réputation ;
- place dans la société globale comme instance déterminant des micro-rôles discriminants (ou si l'on veut définissant des statuts).

Moins qu'ailleurs disons nous ; ce qui signifie bien que le contrôle des identifications par référence à un emplacement sociétal préalable n'est jamais tout à fait absent. Mais répétons le : moins qu'ailleurs. Et cette différence est un fait d'expérience largement partagé qui donne à l'urbanité sa valeur d'émancipation. Que l'on songe par opposition aux

territorialités bien souvent soupçonneuses des communautés locales...

Mais surtout cette quiétude relative que délivre l'urbanité sur le front des identifications - des interpellations (où chacun risquerait toujours de se voir rappelé à sa place) donne la possibilité de focaliser son attention sur d'autres strates expressives, qui impliquent sans doute d'autres modalités d'alignement des conduites.

Comme espace public l'espace urbain est, nous l'avons dit, un espace de publication, où les signes émis par les acteurs se diffusent et sont portés à la connaissance des autres. Mais il n'est pas sûr que la relation public/privé épuise le contenu de ce jeu sémiotique ; ou bien encore que cette relation soit le bon point de vue. Certes, le citoyen dans ses faits et gestes publics risque toujours - et parfois il le fait de manière contrôlée - de faire transparaître des segments "essentiels" et cachés de sa vie propre.

Mais il est tout aussi vrai que les problèmes que pose à un acteur sa confrontation à un espace public peuvent être des problèmes de savoir-faire ou de compétence à simplement s'intégrer à cet ordre public (et à y évoluer avec aisance). On peut utiliser ici avec profit la métaphore de la danse. Un individu qui "se lance" affronte ce faisant un public ; activité qui peut être périlleuse mais où le risque n'est pas de "dévoiler ses coulisses" mais simplement de faire "un faux pas" et de ne révéler rien d'autre que son incapacité à entrer dans le jeu public.

Voilà donc : la ville comme simple partage d'espace exige sur un mode diffus de telles compétences. Et sous ce chef là du partage d'espace, et de la "chorégraphie" qu'il impose aux citoyens, nous ne pensons pas simplement aux menus ballets que tissent les parades réparatrices des acteurs s'excusant d'empiéter sur les territoires des autres ou mimant par avance une bienveillance courtoise à leur "endroit".

Il est vrai que c'est la force de l'approche micro-sociologique d'avoir décelé un ordre rituel dans ce qui jusque là n'apparaissait que comme flux incohérent : la ville est d'abord une "société de marcheurs". Mais ce serait une erreur de réduire l'espace social urbain à n'être qu'une juxtaposition de tels côtoiements.

Le champ de co-présence dans lequel y est plongé un individu et sur lequel il règle son attention le met en rapport avec un ensemble plus vaste que celui de ses voisins immédiats. Et sans doute y règle-t-il "son pas" (ses gestes, ses manières, sa tenue) selon d'autres contraintes que celles - négatives - de ne pas marcher sur les pieds du voisin, en s'appuyant donc sur d'autres singularités du lieu.

Nous l'avons énoncé plus haut, la traversée des espaces urbains ne laisse pas le sujet quitte du souci de bien y "figurer". Et les contextes dans lequel celui-ci évolue peuvent tantôt lui renvoyer un sentiment d'aisance, à évoluer dans ces lieux, tantôt un sentiment plus inconfortable d'y être "déplacé", mal à l'aise, etc... Les éléments pertinents que mobilisent ce genre d'expérience peuvent s'incarner dans une relation particulière, avec un individu (par exemple une connaissance) qui révèle ou concrétise une potentialité "amicale" ou inamicale du lieu, mais en général ils mettent l'acteur en rapport avec un environnement englobant où cadre physique, type de public et modes d'appropriation de ce cadre mêlent leurs déterminations.

Et si le passant peut s'y sentir évalué comme bon ou mauvais figurant, ce qui y est en cause est moins la manière dont il se négocie une interaction singulière que la manière dont il se comporte sur une scène, c'est-à-dire une "région de visibilité" avec ses codes propres "d'exposition".

La tenue vestimentaire, mais aussi la gestualité qui "soutient" cette tenue, mais enfin la manière dont on assume ou s'acquitte de la tension expositionnelle propre à ces scènes "mondaines" constituent les signifiants majeurs sur lesquels opère le contrôle expressif mutuel des acteurs.

On le sait les espaces urbains sont des laboratoires privilégiés où s'explorent et se testent les nouvelles modes. Mais cette fonction procède sans doute non seulement du fait que l'offre marchande s'y concentre plus volontiers mais aussi du fait que la "demande", c'est-à-dire ceux qui lancent les nouvelles formes en les adoptant, trouve au centre un terrain d'expérimentation à la fois plus souple et plus probant.

La conformité expressive aux usages des lieux urbains consiste pour une bonne part à s'y régler par rapport aux phénomènes de mode et aux types de contraintes esthétiques - ce

qui se fait, ce qu'il faut porter, etc... - qu'ils induisent. Bien sûr les effets contraignants de la mode ne résument pas à eux seuls les contraintes expressives dont le citadin a à s'acquitter ; par ailleurs ces effets de mode opèrent en d'autres lieux que dans les espaces centraux. Mais précisément le rapport privilégié qu'entretient l'espace central avec la légalité esthétique que proclame une mode n'est pas d'être une simple surface d'application de cette légalité, mais un espace où mieux et plus vite qu'ailleurs cette légalité s'use, se recycle, se destitue et se reconstitue : rapport de mobilisation culturelle plutôt que d'entérinement de modèles. Or cette puissance mobilisatrice ne peut sans doute s'expliquer que par les qualités singulières de l'espace social propre aux centres urbains. Et la mobilité des effets de mode pourrait alors jouer comme révélateur, mieux comme analyseur de l'urbanité. En effet, pour que des usages et des formes esthétiques nouvelles émergent il faut un minimum de permissivité du milieu d'émergence. Mais pour qu'elles prennent il faut qu'elles reçoivent un minimum d'attention, et bénéficient d'une plus grande acuité réceptive.

Au centre, "espace d'urbanité", il ne se commet pas vraiment de crime contre les canons de l'apparence esthétique, tout au plus des déviances, des excentricités. D'une part les tenues y sont variées, d'autre part il faudrait pour qu'il y ait crime une communauté de rejet : la règle de l'inattention polie, de l'indifférence affectée, interdit sans doute que se constitue un tel sujet collectif, et que "l'excentrique" supposé se trouve enclos dans un espace de réprobation. D'une certaine manière, la figure du "blasé" dont Simmel nous a appris qu'elle était caractéristique de la personnalité urbaine, autorise bien des prouesses puisque le destinataire de celles-ci est toujours réputé "en avoir vu d'autres", si tant est qu'il prête attention au spectacle offert. Par différence les espaces plus locaux (à communauté territoriale) non seulement sanctionnent plus volontiers les audaces vestimentaires (1) mais se socialisent souvent d'administrer ces sanctions ou de proférer ces jugements (communauté de ragots et de "potins").

(1) Ou, à l'inverse, les "ringardises" vestimentaires.

Mais d'un autre côté cette tolérance, cette "sécurité" concédée aux innovations formelles rend leur émergence plus probable et constitue par contre coup un des attraits possibles des espaces urbains (1). Celui qui se décide alors à jouer le jeu, à entrer dans la danse de la spectacularité affichée sait à la fois qu'on ne lui en tiendra pas rigueur, mais en même temps qu'il "bénéficiera" d'un public à la fois averti (attentif) et exigeant.

La translucidité du lieu débouche alors sur son inverse, la spectacularité.

Certes, il peut y avoir des temps et des lieux où la contrainte représentationnelle joue de manière forte et homogène. Temps et lieux où les citoyens savent qu'ils ont en quelque sorte à paraître sur une scène publique prestigieuse et à s'y parer de leurs plus beaux atours - "s'y mettre sur leur trente et un" : soirées mondaines, sorties au spectacle, invitations dans tel restaurant prisé, bals, etc...

Mais il nous semble qu'en règle générale les espaces urbains sont du point de vue de la tension expositionnelle qu'ils requièrent plus hétérogènes, et plus mouvants. Et, paradoxalement, puisqu'une trop grande attention à sa parure n'y est pas systématiquement attendue, s'y afficher peut toujours y être vécu comme l'expression d'un choix affirmatif, choix d'autant plus facile à assumer que les sanctions, les réprobations éventuelles qu'il risquerait d'induire ne seront jamais directement notifiées aux "joueurs" (2) (ou en tout cas moins clairement qu'ailleurs).

Symétriquement, les "approbations" éventuelles - regards glanés, attitudes de l'entourage qui marque le coup - y sont peut-être plus prisées qu'ailleurs : au centre, toujours perçu comme lieu d'excellence, la tension prospectrice, nous l'avons dit, est plus forte, et elle porte tout autant sur ce qui s'y offre (comme produits et services), que sur ce qui s'y fait, ce qui s'y porte, etc...

(1) Du coup l'espace central fait cohabiter la pointe de l'avant garde aussi bien que le démodé, le "in" et le "out", et permet au citadin de se régler temporellement sur l'évolution des formes : ni trop en avant ni trop à la traîne, l'appréciation du juste "timing" (comme disent les tennismen) étant bien sûr une affaire de position sociale.

(2) Règle, donc, de l'inattention polie.

Résumons : dans l'espace urbain pas d'obligation de parade, et pourtant des parades possibles (1) dont d'une part les issues négatives sont plus facilement évacuées qu'ailleurs et dont d'autre part les issues positives reçoivent un caractère probatoire plus affirmé de se produire devant une "communauté élargie" (2) et au lieu même de la valeur.

Reprenons donc l'ensemble des déterminations que nous avons brassées dans les analyses précédentes.

Nous avons tout d'abord caractérisé l'urbanité comme un type - idéal - d'espace social, type dont nous avons situé le territoire d'origine dans les centres classiques de la ville européenne "moderne".

Nous avons ensuite privilégié une définition interactionniste de la notion d'espace social : dès lors que plusieurs individus sont situés dans un champ de perception mutuelle et sont mutuellement exposés à des "réponses" possibles ils initient (ou s'inscrivent dans) un espace social : dès avant, donc, la contraction d'échanges relationnels plus engagés (échanges verbaux notamment).

Cette co-présence - troisième temps -, ce partage d'un même espace induit un "travail" social des participants qui s'accomplit principalement par la maîtrise des implications expressives de leur inscription dans ce champ commun (et de la manière dont ils s'y conduisent).

En quatrième lieu, si cette co-présence est toujours à elle-même son propre objet, notamment par l'intermédiaire des contrôles expressifs qu'elle suscite, il reste qu'elle est largement déterminée par les principes (écologiques) qui organisent spatialement la distribution des activités sociales.

Il y a alors place pour une "géographie" des espaces sociaux, dont l'objet ne serait plus un découpage fonctionnel ou une différenciation des quartiers pour mettre en évidence des disparités ségrégeantes, mais qui, par delà l'intégration de ces données, montrerait comment la vie urbaine "précipite" selon les lieux en composant des ambiances publiques, des espaces de "co-présence" différenciés.

(1) Et cette possibilité à cause même de l'absence d'obligation.

(2) Fausse communauté, mais élargie...

A cet égard ces espaces urbains, "plus urbains que les autres", que sont les espaces centraux classiques nous ont paru sélectionner un type d'espace public qui jouerait sur la coexistence de plusieurs traits spécifiques :

- la caractéristique de mobilité, d'accessibilité maximale du centre composerait un espace public anonyme, diversifié, ouvert : aucun sous-groupe ne pouvant y faire durablement territoire (1) ;

- celle de polyfonctionnalité y garantirait un minimum de translucidité des conduites ;

- enfin la détermination du centre comme "lieu d'excellence" (où s'emmagasinent les valeurs) affecterait l'espace public qu'il organise d'une forte attention prospectrice et lui conférerait un potentiel qualifiant "intrinsèque".

Enfin, et en cinquième lieu, ces déterminations extrinsèques (ou inhérentes au substrat socio-fonctionnel) impliquent toutes des conséquences quant aux jeux expressifs qui constituent la substance spécifique d'un espace social.

De ce point de vue elles "entrent en résonance" et viennent totaliser leurs effets sur cette surface d'enregistrement unifiante. Elles contribuent donc à co-définir un type singulier de cadre d'expressivité, c'est-à-dire un type de cadre qui organise la manière dont des sens peuvent être donnés et sont donnés aux conduites et par delà des "images" peuvent être attribuées à leurs acteurs.

Cette singularité de cadre on l'a envisagée à plusieurs niveaux.

- 1) Au plan des strates matérielles soumises à l'attention et à la considération collective : une prime y est conférée aux éléments accessibles visuellement (pertinence maximale des tenues vestimentaires et des gestualités codées).

- 2) Au plan des critères évaluateurs que mettent en jeu ces considérations mutuelles : ceux-ci prennent pour référence une conformité aux usages des lieux, et permettent de statuer sur une plus ou moins grande aisance des acteurs dans la manière de jouer avec cette conformité. Il faut noter en outre qu'ils font

(1) Et donc ne pouvant s'y approprier un espace accédant par là à l'autorisation de "s'occuper des occupations" des autres.

abstraction (au moins en partie) des coordonnées d'origine des acteurs et que le souci de conformation à une réputation (singulière ou statutaire) y est moindre qu'ailleurs.

3) Au plan de la manière dont ces considérations sont mobilisées on a relevé :

a) une grande variabilité dans la distribution des attentions réciproques, et donc dans les tensions expositionnelles que supportent les conduites. On peut tout à la fois s'y afficher ou y disparaître, être fermé à l'environnement ou au contraire afficher une curiosité ouverte et prospectrice ;

b) le jeu de la règle de l'inattention polie (1) implique en outre que cette considération, aussi variable soit-elle, se signifie toujours de manière discrète.

Ces deux traits conjoints font de l'urbanité un territoire d'élection de la spectacularité publique pour autant que :

a) l'acteur risque moins qu'ailleurs de s'y déconsidérer : pas de sujet collectif sanctionnant, sanctions individuelles masquées, tenues à la discrétion, et enfin pas de mémoire "publique" de celles-ci puisque les publics s'y renouvellent sans cesse ;

b) corrélativement, la considération acquise au centre, ou le sentiment d'y être bien considéré (de s'y bien comporter, etc...) est toujours vécu comme conquis, puisqu'il s'arrache sur fond d'indifférence. En outre cette acquisition symbolique est précieuse puisqu'elle a lieu face à un public élargi et sur une scène d'excellence, au lieu de la valeur.

4) Au plan des significations induites et des images de soi "sous-tirées", on dira que le spectre des sentiments y va de celui, cruel ou embarrassant, d'y être déplacé à celui, euphorique, du triomphe mondain.

Mais le "bain" dans l'espace public urbain nous a semblé privilégier ou pour mieux dire filtrer les composantes positives de cet éventail de possibles. Au minimum, le citadin en tire souvent le sentiment d'être partie prenante d'une communauté élargie (importance de l'ouverture de l'espace public, non moins que des règles propres aux transactions de service) et en jouit, à peu de frais, d'une sorte de "droit de

(1) Règle paradoxale, notons-le, pour autant que la politesse de l'inattention - dite polie - suppose qu'on fasse attention à son inattention.

cité". Sur ce fond là les images de soi qu'il est susceptible de percevoir peuvent être de type affirmatif, d'être corrélatives de micro-défis qu'il se lance à lui-même dans des expériences de confrontation à un ordre public, vécu comme valorisant d'être non seulement plus public que d'autres ordres mais d'être en outre un lieu attractif.

Ainsi peut s'expliquer, si l'on nous a suivi, la tonalité positive que dispense le plus couramment l'expérience de l'urbanité. Elle tient nous semble-t-il aux qualités propres du cadre expressif qu'elle ménage :

- émancipation du temps lourd et des formes dures des identifications locales,
- souplesse stratégique des interprétations et des définitions de situation,
- sentiment aisément accessible d'une participation à une communauté élargie,
- théâtre potentiel d'affirmation de soi.

3. Urbanité et nouveaux centres commerciaux.

S'il fallait résumer les acquis principaux du développement précédent on le ferait en trois propositions, l'une banale, et les autres moins évidentes, auxquelles bien sûr nous tenons davantage :

- 1) les espaces urbains - c'est-à-dire les espaces d'urbanité - sont des cadres privilégiés quant à l'expression identitaire des citoyens ; mais :
- 2) cette propriété tient moins à leur qualité d'offrir des supports massifs et emblématiques, où des identités pleines viendraient se projeter, qu'au vide - qu'à l'espace de jeu qu'ils ménagent entre les acteurs - et aux latitudes que ce vide offre du point de vue des mises en scènes mutuelles qui se montent dans ces parages là.

Bref, le lien entre urbanité et identité est actif, il est affaire de stratégies expressives : il faut donc le concevoir "du point de vue l'acteur".

D'où le paradoxe, évoqué ci-dessus, selon lequel la qualité expressive de ces espaces tient aussi à ce qu'on peut y disparaître, ne pas y être sans cesse "requis à comparaître", s'y fondre dans l'anonymat et être en meilleure position pour contrôler les circonstances (dramaturgiques) de sa présence aux autres (de sa "présentation de soi").

Translucidité et spectacularité ; disparition et intronisation ; maniabilité et intensité expressive : autant de manières donc de décliner ce couple paradoxal qui spécifie la "teneur dramatique" positive des espaces d'urbanité.

Enfin, troisième point, cette qualité expressive pourrait être comprise comme la traduction au plan de l'espace social de traits d'organisation spatio-fonctionnels propres aux centres classiques :

- d'accessibilité maximale,
- polyfonctionnalité,
- localisation de la valeur ou de "l'excellence".

Quelle lumière ce tableau urbain projette-t-il sur nos nouveaux centres commerciaux-urbains ? Une lumière plutôt

sombre, comme nous allons le voir, ou pour mieux dire, une lumière "tamisée".

En effet il convient également de ne pas trop noircir ce tableau comparatif. Et sur certains points les ambiances observables dans les espaces que nous avons étudiés se rapprochent d'ambiances urbaines plus "classiques".

Au demeurant on aurait pu tout aussi bien opposer l'espace social des grandes surfaces et galeries marchandes à deux autres types d'espace social, "anti-urbain" par excellence, et à contrario mettre en relief l'urbanité de nos galeries : nous pensons ici d'un côté aux espaces villageois et de l'autre aux espaces, intra-urbains, mais massifs et fonctionnels comme les halls et quais de gare.

L'anonymat et les latitudes expressives qu'il autorise est ainsi un trait d'urbanité - "anti-villageois" - qu'on retrouve dans les nouveaux centres : pas ou peu d'obligations de confirmer rituellement les bonnes relations qu'on est censé entretenir avec des familiers qu'on rencontrerait ; peu de souci de contrôle de ses gestes et fréquentations en égard à un "capital réputationnel" qu'on emporterait avec soi (1).

De même, à la différence de lieux urbains dont la pratique est extrêmement finalisée - comme donc les gares (2) - on observe dans les nouveaux centres des pratiques qui quoique massives sont plus fluctuantes et ouvertes à la flânerie, à la déambulation indéterminée.

Le problème est alors si l'on veut rester nuancé de savoir ce qui minore ou tempère - "tamise" disions-nous - l'urbanité de ces nouveaux espaces.

On supposera alors, en cohérence avec nos schémas interprétatifs, que ce "déficit d'urbanité" tient à des pratiques et des attentes différentes d'un point de vue dramaturgique, c'est-à-dire du point de vue de la manière dont des identités sociales et personnelles peuvent s'y mettre en scène et s'y mettent en scène effectivement.

Ces différences portent :

- d'une part sur le niveau d'enjeu de ces jeux expressifs,

(1) Et que des rencontres inopinées avec des familiers risqueraient de remettre en question.

(2) Ce qui n'empêche pas ces espaces d'être "parasités" ou "squattés" par d'autres usages, mais qui cependant s'affichent ou sont perçus comme marginaux par rapport aux usages dominants.

- d'autre part sur les marges de manoeuvre, les latitudes, que le cadre (du moins tel qu'il est pratiqué "à plusieurs") laissent aux acteurs dans leurs stratégies expressives.

Quant au premier point, ce qui ressort des observations est la relative "modestie" des enjeux expressifs mobilisés par la pratique de ces espaces nouveaux. Visiblement ces espaces sont des lieux où le souci d'une mise en valeur de sa personne ne préoccupe pas trop les usagers. Vouloir paraître à son avantage est, dirait-on, "hors sujet". Réciproquement le risque de s'y montrer à son désavantage ne semble pas bien grand.

Aux questions que nous avons posées à des interviewées, sur le choix de leur tenue vestimentaire à l'occasion de leurs sorties en galerie marchande, celles-ci répondaient le plus souvent par des rires exprimant la surprise : elles n'auraient apparemment pas de réponses prêtes ou d'idées précises sur la question. Certes, on ne s'habille jamais n'importe comment, et au supermarché pas plus qu'ailleurs. Mais il faut supposer que cet ajustement de la tenue aux lieux ne fait pas ici l'objet de réflexions et de délibérations trop circonstanciées ; il est de l'ordre d'une routine quasi inconsciente. Par différence, la même question sur le choix de la tenue, mais en milieu professionnel ou pour aller à une soirée susciterait certainement des notations plus développées. On dira donc que s'habiller pour sortir est toujours un acte contrôlé mais que le fait de sortir en galerie marchande ne semble pas ajouter de motifs de délibérations supplémentaires, dans le contrôle de cet acte.

Toujours en riant, certaines des femmes interrogées ajoutent alors qu'il leur arrive parfois de bien s'habiller lorsqu'elles vont dans les centres commerciaux. Interprétons : un, "vous voyez bien, ce n'est pas un problème, il y a une souplesse des choix" ; mais, deux, et implicitement, la norme est quand même de ne pas être (ou paraître) trop apprêtée.

De fait l'éventail des tenues selon ce critère de l'apprêt est-il plus souvent dans les centres commerciaux que dans les espaces urbains plus classiques.

Nous pouvons solliciter, à titre de preuve, - et une dernière fois - la paire de pantoufles dont était chaussé un usager, aperçue un après-midi à Carrefour ; mais de manière plus significative (au moins d'un point de vue quantitatif) il

faut noter la fréquence des tenues de type "jogging", c'est-à-dire des tenues ni vraiment publiques ni vraiment privées (ni vraiment urbaines, ni vraiment d'intérieur), mais dirait-on, intermédiaires, et caractéristiques d'un espace de loisir (1).

Or ces nouveaux uniformes du loisir ont précisément pour effet - et c'est ce qui fait leur valeur sociale - de rendre recevable en public une tenue dont les qualités font au départ abstraction du rapport au public et se centrent plutôt sur le confort personnel (on y est à l'aise, etc...) (2). Ce qui n'exclut pas, mais au contraire rend possible, que viennent s'y greffer secondairement des jeux d'élégance, et qu'ils puissent être ainsi portés de manière très apprêtés, voire affectée.

Mais pour en revenir à notre propos la norme nous semble donc être de ne pas être ou paraître trop apprêté dans la manière dont on s'habille. Cette norme, notons le, serait l'expression au plan vestimentaire de la faible tension expositionnelle caractéristique de ces espaces publics. Et sans doute cette autorisation au manque d'apprêt ou à un certain laisser aller vestimentaire contribue-t-elle à donner à ces espaces leur connotation "d'espace de détente".

On relèvera cependant deux exceptions à cette règle dominante d'une affirmation expressive modérée.

Il s'agit tout d'abord du comportement des groupes de jeunes dont nous avons vu qu'ils pouvaient manifester leur présence de manière très ostensible. Ce souci qu'ils attestent de confrontation à l'ordre public, par le simple moyen de l'ostentation, a bien souvent son répondant ou son support vestimentaire. Les panoplies en sont bien connues et très typifiées : rockys, rastas, break dancers, skins... Mais ces comportements ostentatoires, où la dimension symbolique du défi est bien souvent présente, tranchent et s'affichent sur une scène qui est, elle, d'indifférence (relative). Il font

(1) Par parenthèses on notera que les pratiques de loisirs ne sauraient en droit être affiliée à un type d'espace public ou privé : il y a des loisirs d'intérieur (bricolage par exemple) et des loisirs extrêmement socialisés ("un jour aux courses"). Si bien qu'en fait ces pratiques bouleversent souvent cette topologie exclusive de l'espace social que nous avons héritée du XIX siècle. Ce tiers-temps du loisir revendique alors son tiers-espace, et celui-ci procède le plus souvent d'une extension de la sphère privée dans l'espace public (ou de son exposition plus immédiate à la sphère publique) : parc de loisirs, camping, tourisme... centres commerciaux ? Sans doute est-ce de là que procède l'incivilité constitutive du tourisme...

(2) Oui bien sûr de telles tenues peuvent se porter aussi en milieu urbain ; mais on nous accordera, même en l'absence d'informations de caractère statistique, que la proportion de ceux qui en font un usage sportif (qui s'en servent pour courir) y est plus grande : et sans doute cet usage sportif attesté n'est-il pas de trop pour autoriser le port de ces vêtements dans un espace urbain classique.

construite et entérinent donc la norme au moment et au lieu même où ils la déjouent.

A l'opposé, il peut arriver - deuxième exception à la règle - que des individus supposent à leur entourage un apprêt minimum dans la tenue, vis à vis duquel ils se sentent brusquement inégaux (1). Ici la visibilité n'est pas recherchée ou provoquée comme dans le cas précédent ; elle fait irruption et est vécue de manière pénible : sur le mode de la honte ou de la gêne ?

Trois ouvriers, au Centre Arcades à Marne la Vallée, s'avisent d'aller prendre un verre à la terrasse ou au zinc du café dont nous avons parlé plus haut. Ils s'occupent sans doute de la maintenance des équipements de centre commercial à Marne la Vallée ; nous les avons vu déambuler tranquillement dans les allées de la galerie marchande durant la matinée. Il est maintenant 13 heures, la terrasse du café est pleine d'un public de "collègues" ou d'étudiants discutant entre eux et peu attentifs aux "scènes de la vie urbaine". Les ouvriers sont vêtus de leur tenue de travail - combinaisons bleues - sur laquelle ils ont passé des blousons. Deux d'entre eux portent une casquette.

A la limite de la terrasse ils marquent un temps d'arrêt. L'un pousse l'autre du coude, l'enjoint à ôter sa casquette ; l'autre s'exécute, pouffe et rougit. Ils se "charrient" et surmontant l'instant de gêne dans des rires mal contenus et quelques "pousses de coude" - si l'on nous passe l'expression - ils osent alors pénétrer plus avant dans l'espace du café. L'observateur note en outre que personne n'a prêté attention à leur manège.

Il notera plus tard - en fin d'après-midi - que ce sont les seuls acteurs qui par leurs comportements ont en quelque sorte "fictionné" un seuil imaginaire au franchissement problématique. Pour les autres acteurs l'opposition allée de la galerie/terrasse du café ne circonscrit pas de distinctions territoriales tangibles ni de limites à franchir "à l'abri" de précautions rituelles.

Et c'est donc sur le pas de cette porte imaginaire que les trois employés s'avisent soudain de l'incorrection de leur tenue. Cet exemple est donc exceptionnel ; et comme exception

(1) Ils projettent ainsi une norme idéale de tenue apprêtée plus exigeante que la norme réellement observable.

il confirme la règle : celle d'une indulgence assez large quant à la correction des tenues et dirait-on - pour faire formule, et pour parler en termes d'enjeu - celle d'une mise plutôt modeste sur la tenue.

Les latitudes observables dans les stratégies expressives.

Moins d'apprêt et, à la différence d'autres espaces urbains, moindre fréquence ou prégnance du régime de "la tenue correcte exigée". Ces données négatives n'ont-elles pas leur contre-partie positive au plan des latitudes expressives qu'elles dispensent aux acteurs ?

Difficile apparemment dans ces lieux de se sentir déplacé ou déconsidéré par un espace environnant vis-à-vis des exigences normatives duquel on pourrait se sentir carent (1).

Espace de confort identitaire, comme nous l'avancions ci-dessus : peu de périls narcissiques en ces demeures...

Et la raison nous a semblé en résider précisément dans le fait que ces espaces ne trachent pas complètement avec l'espace même de la demeure, ou du moins sont en continuité avec lui (2) : sorte d'expansion publique de la sphère privée.

Cela est particulièrement clair dans le cas privilégié ci-dessus des déambulations familiales. Mais, même dans le cas de fréquentations du centre moins familiarisées, il semble souvent que le "chez soi" ne soit pas très loin... Un homme jeune (30 ans) interviewé à Evry nous parle ainsi des déambulations de femmes également jeunes qu'il repère l'après-midi : "elles veulent pas rester chez elles, elles s'y ennuiant, elles viennent là entre voisines de paliers... Et ça papote et ça fume... Elles ont pas besoin de vraiment sortir puisqu'elles habitent à côté et elles se retrouvent ici encore à l'intérieur".

L'interviewé insiste sur l'absence de coupure que matérialise la continuité d'un toit, d'un espace protecteur. Autrement dit encore, du chez soi à l'espace public il n'y a pas vraiment d'écart ou de rue à traverser mais bien plutôt une sorte de continuité de palier.

Bien sûr sa description n'est pas objective, elle est métaphorique et dite comme telle, mais l'image y est requise

(1) A l'inverse il se peut que ce soit l'indigence expressive qui y soit perçue comme incommode.

(2) Continuité temporelle au plan des pratiques sinon continuité spatiale.

pour faire passer un sens. La même personne s'exprimant sur la différence entre les centres classiques et les centres commerciaux réinsiste sur le thème du toit : "j'aurais aimé un toit ouvrant (sic), une vision naturelle, voilà ce qui manque dans ces lieux" ; de même qu'elle réinsiste sur l'absence de coupures spatiales horizontales. "Là, tu as l'impression de pouvoir entrer partout. Les gens sont indifférents, les vendeuses ; t'es enfermé et donc tu te crois tout permis". Alors qu'à l'inverse, continue-t-il, "quand je vais dans un centre ville aéré si je vais de commerce à commerce, du boulanger au marchand de photos, eh bien il faut être poli, demander la permission, s'adresser aux gens... Là, il y a tout "un truc qu'on perd, la politesse..." L'intervieweur n'y tenant plus lui souffle alors - en contradiction avec toutes les règles d'usage - le mot de civilité : "voilà, c'est exactement ça", répond-il pour conclure.

Dire de ces lieux qu'ils sont pratiqués comme des lieux à faible exposition mutuelle c'est donc dire deux choses, indissolublement : c'est dire d'une part qu'on n'y vient pas ou peu pour affronter des regards - s'exposer publiquement - (y rendre public son paraître) ; mais c'est dire d'autre part qu'on peut y venir et quoiqu'étant au milieu d'un public y être relativement à l'abri des regards : faible intensité des considérations mutuelles.

Ainsi peut s'expliquer ce sentiment paradoxal que procure la fréquentation de ces espaces selon lequel ceux-ci apparaissent comme lieux de "publicisation du privé" ou de "privatisation du public" pour reprendre les formulations de Sylvia Ostrowetsky (1). En effet il n'y a pas de meilleure définition de la sphère privée que celle qui la spécifie comme étant (et n'étant que) ce qui est "à l'abri des regards" (sous entendu "publics").

Des familles peuvent y migrer sans se confronter à un ordre public trop "exposant". Des acteurs peuvent y évoluer dans des tenues qu'ils réservent plutôt pour des espaces privés (ou faiblement publics) sans choquer. Sans parler ici du contenu du caddy qui exhibe par avance ce dont les congélateurs seront pleins pour les semaines à venir...

(1) In "L'Espace véridique", Communication au Colloque : Vie quotidienne en milieu urbain, Montpellier, Février 1978, Supplément aux Annales de la Recherche Urbaine, 1978.

Si donc nous reprenons notre doublet conceptuel de l'intronisation et de la disparition, il semble ici que le déficit en intronisation se compense dans un bénéfice en disparition. Et qu'il s'agisse bien là d'une valeur urbaine ; du moins à première vue (1).

De fait, la différence est nette avec l'idéal type de l'espace villageois où la scène locale, d'interconnaissance, risque toujours de donner sens à la fréquentation d'un lieu et aux conduites qu'y atteste un acteur (2).

Par comparaison, dans une foule anonyme ce que l'autre apprend de votre "privacy", ou vous-mêmes de la sienne (en observant par exemple simplement le contenu d'un caddy), n'a pas grand intérêt si vous n'avez d'autre rapport avec lui que celui de vous trouver tout à fait occasionnellement en sa présence. Et si les informations privées auxquelles vous avez accès ne sont susceptibles d'aucun recoupement.

Cependant cette "disparition" - c'est-à-dire ce sentiment d'être quitte du regard de l'autre, de ne pas avoir à le dramatiser (3), de pouvoir ne pas en tenir compte - est-elle "la même" que celle que nous avons vue à l'oeuvre dans des espaces urbains plus classiques et qui nous avait paru corrélative d'un statut de translucidité de l'acteur ?

Et si l'effet est le même - la disparition - les ressorts dramatiques en sont-ils similaires ?

A cette question nous sommes tentés de répondre par la négative, c'est-à-dire de voir entre les deux types de "disparition" observables, soit en ville soit dans les centres commerciaux, une différence qui porterait là encore sur le travail expressif (4) auquel l'acteur doit consentir pour se sentir quitte du regard ou de la considération de son entourage.

Expliquons nous : notre idée est que dans les supermarchés et galeries marchandes avoisinantes l'acteur disparaît plus aisément sans avoir à s'acquitter de trop de précautions

(1) Le problème étant que dans l'espace public une première vue en cache souvent une autre - problème théorique, mais problème pratique aussi, pour les acteurs eux-mêmes.

(2) Les informations que cet acteur, ce faisant, y publie sur lui sont en effet toujours susceptibles d'être référées à d'autres informations dont disposent déjà les gens présents sur le lieu au titre de "connaissances" (fussent-elles lointaines) ; et c'est cette référence "réellement possible" qui institue d'elle-même le jeu du sens.

(3) Du moins dans les interprétations qu'il pourrait susciter.

(4) Et interprétatif également ; c'est-à-dire de déchiffrement de l'expression des autres.

rituelles, où à consentir trop de frais symboliques à l'égard de son environnement. Autre manière de dire la même chose : l'acteur "ne s'y voit pas vu", la considération des autres est hors champ ou comme nous le disions "hors sujet" et c'est pourquoi il peut s'y sentir plus qu'ailleurs "à l'abri des regards" :

- pas de seuils à franchir qui l'exposent soudainement à un regard public et suscite un contrôle réflexif de sa propre visibilité (de sa "figure" du moment : sa mise et ses manières);

- pas d'accès à des territoires appropriés individuellement (par exemple des commerces) qui impliquent qu'il escompte la courtoisie et l'attention du recevant et vérifie un minimum de son côté que ses apparences et sa conduite sont elles-mêmes "convenantes" ;

- pas de contacts ou de frictions incommodes - les espaces sont aérés, les déplacements fluides - qui pourraient initier des "échanges réparateurs" avec les effets réflexifs que nous avons détaillés plus haut ;

- enfin une part non négligeable de l'attention des autres est focalisé sur le spectacle - englobant - de la marchandise (1). Au total on dirait, d'un mot, que dans ces espaces les éléments contextuels rappelés concourent à ce que "la présence de l'acteur aux autres soit peu présente à son esprit".

A l'inverse, et bien sûr en durcissant l'opposition, l'intrication et le chevauchement des trajets dans les centres urbains classiques, la récurrence des relations de transactions de services que la pratique de ces centres multiplie, le franchissement parfois difficilement évitable de seuils qui "exposent" brusquement, tout ceci converge pour "sélectionner" (2) des conduites et des acteurs sur leurs gardes ; bref des acteurs qui ont - pour inverser la formule précédemment utilisée - "présent à l'esprit leur propre présence aux autres".

Cette vigilance réflexive plus accentuée, ce "se voir vu" plus prégnant n'interdit cependant pas la disparition, c'est-à-dire la neutralisation du regard de l'autre ; il en est même la condition nécessaire. Ainsi l'acteur peut-il s'assurer que sa

(1) De ce point de vue la configuration des attentions dans ce type d'espace public est plutôt centrifuge.

(2) Pour user d'un vocabulaire Darwinien.

conduite n'est pas inconvenante, ne fait l'objet d'aucune attention réprobatrice (1) et, au cas où elle aurait ce genre d'effets, procéder vivement aux parades rituelles réparatrices qu'il possède à son répertoire.

Et c'est alors parce qu'il veille à s'acquitter des exigences rituelles qu'apporte et que renouvelle le flux changeant des situations auquel il se trouve confronté que l'acteur peut se sentir quitte du regard de l'autre, vaquer à ses occupations et "disparaître" en toute translucidité.

Bien évidemment en introduisant ce distingo entre deux modes de "disparition" qui différencierait les nouveaux espaces commerciaux des centres villes classiques nous avons procédé de manière très schématique.

Et ce tableau comparatif qui oppose d'un côté un sujet parfaitement insouciant de sa face, exposant sa privacy sans vergogne et de l'autre un acteur hanté par sa propre apparence est-il à nuancer fortement si l'on veut rendre compte fidèlement des réalités observables.

Au moins cette approche un peu caricaturale peut-elle avoir une vertu pédagogique. Elle fait signe vers une piste interprétative qui nous semble prometteuse, s'agissant de comprendre les différences d'ambiances qui distinguent nos deux types d'espace.

Le plus souvent en effet on en reste à des caractéristiques du cadre - espace protégé des intempéries, fluidité interne et sans accoups des déplacements, modernité, etc... - sans accommoder le regard au plan même des types d'espaces publics que contribuent à instituer ces cadres et les modes d'emploi pratiques qu'ils induisent ; c'est-à-dire sans s'interroger sur le mode de "présence mutuelle du public" qu'ils promeuvent.

A ce niveau là, interactionnel donc, c'est alors tous les menus ballets qui trament l'espace ordinaire des civilités qui sont en jeu et semblent affectés par ces cadres.

Un même effet donc, la neutralité du regard de l'autre et la sorte de droit de cité que cette neutralité confère d'acceptation complète d'une présence et du partage d'un espace, comme étant sans signification problématique - figure que nous désignons par le terme de "disparition" et que nous connotons, comme on l'entend, d'un signe positif. Un même effet

(1) Du alarmée.

peut ainsi procéder de modes conjoints d'appropriation des espaces collectifs à teneur dramatique ou expressive inverse.

Incivilité tiède comme nous le disions pour les centres commerciaux, c'est-à-dire incivilité sans heurts ; on parlerait plus justement d'a-civilité relative, d'indifférence territoriale (parce que les ajustements territoriaux y sont minimaux). Vigilance attentive et dédouanante à négocier sa présence pour les espaces plus contrastés, complexes et diversement pratiqués des centres classiques.

Si bien que cet écart entre deux modes de disparition, n'apparaît que comme la cristallisation au niveau des stratégies individuelles d'un écart entre deux "espaces de considérations" différents ou deux champs de visibilité opposés.

Détaillons ce point. On a suffisamment décrit les centres commerciaux en termes de rationalité (de gains de temps, d'économie de déplacement, d'achats groupés...) pour qu'à notre tour et s'agissant de l'espace public qu'ils "structurent", nous nous autorisions à parler à leur propos d'espace à "civilité économe" (faisant d'une certaine manière l'économie des civilités et de leurs frais sociabilitaires) (1).

Cette dispense sociabilitaire ou mieux cette licence (2) sociabilitaire, si l'on nous a suivi, est un des facteurs ou des motifs qui rend possible qu'on puisse sans trop de dommages s'y absenter de sa (propre) présence aux autres ; c'est-à-dire s'abstraire relativement de l'espace des considérations mutuelles et y faire l'impasse - plus qu'en d'autres lieux - sur le regard des autres. Il faut dire que la polarisation des attentions sur le spectacle (envahissant) des marchandises contribue puissamment à cette dilution des considérations publiques réciproques (3). Mais, passé un certain seuil "d'absence aux autres", "d'oubli" de sa face publique, il se peut - deuxième idée, deuxième temps de raisonnement - que cette licence, cette économie sociabilitaire, ce "gain" ne soit pas de trop et prenne alors une valeur fonctionnellement adaptée à la situation : l'absence de "répondants", ou mieux de vis-à-vis permet en effet à l'acteur d'éluder, de continuer à

(1) On sait que le fait de ne pas avoir à s'adresser ou à négocier avec des vendeurs est une des valeurs les plus sûres dont on crédite les hypermarchés.

(2) Licence : liberté de faire quelque chose en vertu d'une permission.

(3) L'espace de référence serait à cet égard le "parc d'attraction".

éluder une image dont tout l'a poussé jusque là à ne pas trop se préoccuper. L'indifférence réelle de l'entourage (1) joue alors comme protection imaginaire (d'image de soi), et autorise une transparence relative de la face privée de l'acteur. La liberté de mouvement y va alors de pair avec un cloisonnement supposé de l'espace des regards et la perméabilité relative des façades s'y monnaie ou s'y compense dans le sentiment d'une sorte d'étanchéité vis-à-vis de l'espace des considérations.

Lorsque cependant les circonstances dérangent cette organisation centrifuge des regards - et il arrive qu'elles le fassent - et amènent à démentir l'hypothèse (2) d'une structure cloisonnée de l'espace des considérations. Alors ce sont les acteurs eux-mêmes qui prennent le relais et s'ingénient à recloisonner cet espace soudainement redevenu continu (3).

Pensons à ce qui se passe dans les files d'attente aux caisses de l'hypermarché et à cette modalité de regard si particulière et si frappante qui est celle du regard vide (4). Il nous semble, mais nous mettons là à contribution notre expérience personnelle des espaces urbains, que cette modalité ne s'atteste jamais avec autant de force que dans ces lieux et moments là (5). Et d'un point de vue interactionnel nous comprenons bien pourquoi. L'attraction spectaculaire de la marchandise ne fonctionne plus comme distributrice des regards, et les contenus des caddies sont là comme autant de parties visibles des icebergs privés... Les acteurs ne peuvent pas ne pas se voir et en même temps tout voir mutuel est légèrement (mais réellement) inconvenant : d'une part "on ne regarde pas dans l'assiette de son voisin", d'autre part on ne peut pas trop affronter le regard d'individus qui ont peu de ressources expressives pour y parer et se donner une contenance (6).

(1) Focalisé sur la supputation des consommations à venir.

(2) Hypothèse à laquelle souscrivent réellement les usagers du lieu.

(3) Et ce faisant ils rendent visible ou palpable le fait que l'inconsidération mutuelle est un prérequis fonctionnel de l'usage du lieu.

(4) Du du regard dans le vide.

(5) Dans d'autres espaces où divers protagonistes se trouvent pris dans un même champ visuel, comme par exemple les transports en commun, il existe des moyens d'éviter la considération mutuelle trop directe en occupant son regard à lire le journal, à voir défiler le paysage, etc...

(6) Et ce d'autant que le regard un peu appuyé y a une valeur d'impair plus flagrante que dans d'autres circonstances : il ne peut s'excuser en plaidant l'alibi - parfois légitime - de l'enquête d'information (on sait parfaitement ce que l'autre fait et il sait qu'on le sait) ; il saisit d'autre part un acteur qui est plutôt en coulisse et qui est donc incomplètement paré pour soutenir un regard public.

Les regards de ne pouvoir se poser nulle part se vident donc et les acteurs s'absentent... C'est à ce prix que se préserve l'étanchéité des façades soudain exposées l'une à l'autre. Une sorte de tact morose et de disonction contrainte se consume patiemment dans l'attente...

Dans ce contexte la disparition (la présence non problématique) suppose en effet que les nombreux vis-à-vis, soudain rassemblés, renoncent à leur "fonction" de vis-à-vis et "ferment les yeux". Cette séquence s'inscrit alors comme un blanc momentané dans les mises en scènes urbaines - un gel provisoire des représentations : l'inhibition civile d'un spectacle qui ne l'est pas assez.

Pourquoi s'être attardé sur une séquence qui si elle est "incontournable" n'en demeure pas moins brève ? Comme on l'entend c'est pour sa valeur révélatrice. Mais cette valeur révélatrice est elle-même double :

- d'une part, elle révèle que la norme qu'elle dément momentanément est celle d'une structure dispersante de l'espace des considérations : de l'absence ou de la rareté relative des vis-à-vis. Ici l'épisode de l'attente aux caisses à valeur de contraste.

- Mais d'autre part cette séquence peut être utilisée comme une maquette - un modèle réduit - qui permet de voir de manière simplifiée et caricaturée selon quels ajustements interactionnels se structure l'espace des visibilitées mutuelles et quels effets d'ensemble entraînent cette "co-structuration" (1).

Ce qu'on y voit opérer à cet égard c'est l'institution d'une sorte de convention tacite qui lie les acteurs et selon laquelle le choix laissé à chacun d'une certaine latitude expressive - d'un moindre souci du regard de l'autre - exige comme contre-partie une contention ou une inhibition correspondante de la faculté d'exercice de son droit de regard de la part de cet autre (2).

Ici on pourrait prendre comme exemples paradigmatiques de ce genre de fonctionnement, c'est-à-dire de ce genre d'auto-règlement civil d'une situation dont la civilité est

(1) De l'espace public comme espace d'attentions croisées.

(2) Comme si donc l'absence de retenue, ou l'impossibilité de la retenue, de la réserve de son privé, suscitait un surcroît de retenue de l'autre côté. Il est bien connu que le régime du "passe-droit" suppose toujours un observateur (témoin et juge) bienveillant qui "ferme les yeux"...

problématique, ce qui se passe dans certaines circonstances extrêmes du tourisme de masse : embouteillage, camp de camping...

Les coordonnées spatio-temporelles de ce type de circonstances font en effet coexister dans une relative transparence des sphères privées, qui n'ont momentanément pas les moyens de filtrer l'accès du (regard) public et de contrôler leur mise en scène (la présentation publique de leur privé). Ces sphères privées s'en remettent alors au tact ou à la discrétion du voisinage, et lui demande de produire ou du moins de leur restituer une invisibilité minimale en renonçant à son droit d'examen...

Si bien que c'est moins le comportement expressif des acteurs qui reproduit et garantit la coupure du privé et du public, qui maintient l'opacité d'une réserve privée, que le regard même du public qui en "fermant les yeux" là où il faut et quand il faut rétablit cette opacité.

Dans ce type de contexte la "disparition" des acteurs, leur présence non problématique dans l'espace public est corrélative de leur inscription dans un champ public de visibilité qu'on dirait "trans-opaque".

Certes, cette opacité mutuelle, cette trans-opacité du champ visuel n'est pas aussi dure et entière dans les galeries des centres commerciaux que dans les quelques moments ou circonstances "extrêmes" que nous avons mentionnés. Et on n'y trouverait pas d'effets aussi radicaux de "gel représentatif" ou d'inhibition des mises en scène. Ou plutôt il nous semble qu'on y retrouve les mêmes effets mais atténués et plus difficiles à percevoir - d'où ce détour stratégique que nous avons fait en mobilisant l'exemple de la file d'attente. Ce qui nous semble en effet caractériser l'ambiance publique de ces espaces c'est un consentement mutuel à une mise en veilleuse de la dimension théâtrale inhérente à toute vie publique.

D'un côté on peut se permettre "d'en rabattre" sur les rôles publics qu'on y joue. De l'autre on ne tient pas rigueur de ce "rabattement" : on admet qu'il est de circonstance.

De part et d'autre il est entendu qu'on n'est pas tenu d'y être dirait-on sur son "trente et un public", ni de juger un acteur et d'évaluer sa face à l'aune de critères trop exigeants.

Le droit à la disparition se paye ici d'un déficit - mutuellement consenti - quant à la théâtralité de l'espace public. Bien évidemment ce déficit n'est pas "mal vécu", loin s'en faut : c'est sans doute lui qui préside à l'ambiance "bonhomme" ou "bon enfant" qui caractérise souvent ce type d'espace public.

Il se peut même que ces latitudes expressives représentent une valeur pour pour les usagers et plus, répondent à une attente. Mais tout le problème - et c'est celui de cette recherche - est de savoir si cette attente peut coïncider (ou et la même) avec "ce qui est attendu" d'un centre urbain ; et ceci non seulement en termes de services offerts mais aussi du point de vue des ambiances publiques qu'on peut y "consommer".

De ce dernier point de vue enfin, et pour "ramasser" en quelques lignes tout le développement qui précède on dira :

1) Qu'un même effet, de disparition donc, - effet essentiel répétons-le une dernière fois parce qu'il signe ou ratifie une admission entière à un ordre public - procède selon qu'on l'observe dans un centre urbain classique ou dans un centre commercial de l'inscription de l'acteur dans deux types d'ambiances publiques ou deux champs de visibilité mutuelles radicalement opposés : espace de translucidité pour la ville ; espace dit de trans-opacité pour le centre commercial.

2) Que ces deux modes dominants et contrastés "d'emprise" des attentions mutuelles des acteurs les uns à l'égard des autres président dans un cas à un renforcement de la spectacularité publique et dans l'autre (dans les centres commerciaux) à son inhibition relative.

Il est enfin un point par rapport auquel cette opposition de la translucidité et de la "trans-opacité" nous semble cruciale : c'est celui déjà évoqué de la rencontre avec des familiers, ou avec des individus avec lesquels on a des relations sur d'autres scènes que la scène urbaine.

Ce qui garantit la translucidité de l'acteur dans l'espace urbain classique c'est, nous l'avons dit, qu'on ne sait pas, à simplement le croiser, à quelle activité il est en train de se livrer (où va-t-il, d'où vient-il, etc...). D'une certaine manière la complexité fonctionnelle des espaces centraux "chiffre" en ses lieux et places le comportement du citadin et éventuellement le pare d'une dignité potentielle. Dans le

centre urbain plus qu'ailleurs la parade peut se dire en deux sens : d'un côté elle est requise, de l'autre elle est acquise. L'acteur y contrôle ainsi plus facilement les implications signifiantes du regard de l'autre : il peut y souffrir plus aisément l'examen, quand il ne le suscite pas... Le risque de la rencontre inconvenante (qui fait porter une identité dépréciante) y est ainsi minimisé.

On comprend alors que ce risque croisse à l'inverse dans les contextes de "trans-opacité" où l'acteur compte implicitement sur l'entourage pour ne pas trop s'attarder sur ses performances expressives - sur sa trop grande lisibilité. La rencontre avec des familiers ou des connaissances a alors toute chance de produire une situation inconvenante : soit qu'on évite ces connaissances en courant le risque de commettre une offense (l'évitement pouvant être lu comme une fuite), soit qu'on se résolve à ne pas esquiver la rencontre et à ce que s'y confrontent des faces qui s'y endommageront de manière mutuelle de se prendre réciproquement à témoin d'un déficit représentationnel, par rapport aux autres scènes où elles ont coutume de comparaître.

Ici la latitude expressive confronte des individus non préparés à la rencontre. On dirait en désarticulant le mot : non-pré-parés ; et la maniabilité expressive se retourne en son inverse : situations bloquées, inhibitantes.

Nous avons distingué au début de ce chapitre deux critères qu'on pouvait appliquer à des cadres spatiaux pour caractériser leur valeur expressive :

- celui du niveau des enjeux expressifs qu'ils "accueillent" ;
- celui des degrés de maniabilité expressive qu'ils accordent aux acteurs.

Ces critères nous ont semblé liés pour l'espace public des centres classiques. C'est leur maniabilité expressive - la possibilité d'y disparaître par translucidité notamment - qui paradoxalement nous a paru rendre possible des investissements expressifs plus importants (parce que mieux maîtrisables).

Qu'en est-il du côté des nouveaux centres commerciaux ? Il semble bien qu'on y retrouve aussi un lien entre ces deux aspects de l'expressivité publique, mais cette fois-ci négatif.

Autrement dit il nous paraît que ces espaces sont d'autant plus maniables du point de vue des stratégies expressives qu'ils sont à faible enjeu identitaire, qu'on les pratique - et qu'on y disparaît - d'autant mieux qu'on y fait le deuil - au moins partiellement - de sa face publique.

CONCLUSION : UN PHASAGE PROBLEMATIQUE

Conclure, ce sera nuancer ; et l'approche théorique et ses conclusions pratiques. Nous l'avons dit, nous le répétons, nous avons durci l'opposition entre nos espaces de référence : le modèle du centre-ville classique et celui des nouveaux centres commerciaux.

Il est sans doute temps de rendre raison de ce schématisme. Au travers de cette recherche il ne s'est pas simplement agi d'appliquer un concept, celui de la définition de l'espace public comme espace des considérations réciproques à des terrains diversifiés et pré-établis. Il s'est agi tout autant de dégager et de construire cette conception, cette intelligence des espaces publics à travers l'analyse de ces terrains. Or, conceptualiser c'est inventer et faire passer de nouvelles différences dans l'ordre des représentations préexistantes ; et pour les rendre visibles il nous a fallu, souvent, les exagérer, les "durcir", donc.

Ce qui nous semble essentiel au terme de ce travail c'est le lien qui s'y met en évidence entre d'un côté la fonction identitaire des espaces urbains et de l'autre les visibilitées mutuelles qu'organisent (ou que n'organisent pas) ces espaces urbains.

Nous pouvons pour résumer notre travail théorique décomposer l'analyse de cette relation en une série emboîtée de propositions.

Première proposition.

Les identités - "les retours identitaires" - qui procèdent de la ville et de sa pratique ne sont pas simplement fonction d'une consommation passive du cadre, qualifié si possible, elles dépendent aussi des possibilités qui y sont offertes aux

acteurs de se mettre en scène les uns vis à vis des autres et d'y affirmer leur face publique.

Deuxième proposition.

Ces possibilités actives dépendent du cadre spatial mais pas seulement. Les qualités "dramaturgiques" d'un espace public, sa maniabilité expressive, le niveau des enjeux représentationnels dont il peut faire l'objet ne sont pas qu'affaire de décor - nous venons de le dire - ni même d'éclairage ou de montage effectif de scène à forte visibilité. Il ne s'agit pas, pour caricaturer, de parsemer la ville "d'amphithéâtres réels".

Ce n'est en effet pas uniquement le cadre qui fait qu'un public devient à lui-même son propre objet, ou son propre public. C'est aussi le public "lui-même" qui, selon les attitudes mutuelles qui s'y adoptent, se "co-produit" comme tel. Il se peut - c'est ce que nous avons observé le soir au centre Arcades de Marne la Vallée - qu'un même cadre accueille ou supporte des modes d'appropriation radicalement différents du point de vue de l'intensité des attentions mutuelles qu'on peut y observer. Et c'est le public qui nous a paru opérer, de proche en proche, cette conversion du régime des attentions réciproques. Comme si donc, et pour une part, ce public avait pour propriété de pouvoir auto-régler son "taux de publicité mutuelle".

Troisième proposition.

Cette inhibition ou cette intensification des considérations réciproques (cette variation du "taux de publicité mutuelle") nous a paru dépendre de la palette des rôles - ou des conduites attendues - qu'un contexte socio-spatial déterminé amène les acteurs à endosser ou à tenir.

Et c'est à ce niveau de la distribution mutuelle des rôles ou de l'appareillage réciproque des conduites que nous avons "outré" la différence entre l'espace des centres classiques et l'espace des nouveaux centres commerciaux. Dans les centres classiques la densité des flux, leur multi-détermination (due à la polyfonctionnalité de ces espaces), le sentiment d'y jouxter "les lieux de la valeur" nous semble impliquer deux effets liés :

- une plus grande attention des acteurs à leur lisibilité publique,
- et une minimisation des périls symboliques qu'il y a à endosser cette lisibilité.

C'est-à-dire :

- En même temps la pratique des centres classiques impose qu'on ait "présent à l'esprit" sa présence aux autres (qu'on soit attentif à leur attention à notre endroit. Et ici la simple donne d'une fréquentation dense, aux motifs contrastés, aux rythmes différenciés et qui occasionne fréquemment des échanges, parfois inopinés, suffit à expliquer que l'acteur y soit obligé d'être de manière plus continue ou recurrente en prise avec son image publique (1).

- Et en même temps la multidétermination des pratiques, qui croît avec la polyfonctionnalité de ces espaces, et le caractère anonyme des relations font parade, plus qu'ailleurs, à toute lecture inconvenante des conduites observables.

Si bien que - qualité fonctionnelle et expressive de ces espaces - on peut d'autant plus y être en prise avec son image publique, c'est-à-dire y supposer et y assumer une continuité d'exposition au regard des autres que ceux-ci ont moins de prise en profondeur sur l'acteur. Bref on y est "en phase" avec son image publique dans la mesure où celle-ci a toute chance de demeurer publique.

La "disparition" de l'acteur, sa présence non problématique, c'est-à-dire son intégration à l'espace public, et la "jouissance" effective de son "droit de cité" s'y accomplissent alors dans l'élément de la translucidité (il y a peu à dissimuler, les stratégies expressives n'y sont pas, ou faiblement, de dissimulation). D'où ce paradoxe d'un espace à forte fonction identitaire à proportion même de sa qualité d'être un espace où les acteurs y sont moins identifiables.

Du côté des hypermarchés il semble bien que la spirale dialectique procède à l'inverse : l'aération des espaces, l'absence de seuil, la polarisation des attentions sur le spectacle de la marchandise, la réduction au minimum des échanges (par exemple les "transactions de services") dispensent

(1) Au moins pour s'assurer qu'il satisfait aux exigences expressives qu'implique son rôle public (exigences axées autour des respects territoriaux, des attentions courtoises, etc...).

les acteurs d'une trop grande attention à leur lisibilité publique. D'où la possibilité d'un affleurement public des réserves privées (consommations de la semaine, tenues mi-publiques/mi-privées, exposition moins contrôlée des sociabilités privées). La considération mutuelle semble alors s'y inhiber et l'exposition, la parade, s'y déjuger. En effet, pour que ces espaces puissent fonctionner comme des espaces publics (ce qu'ils "font"), c'est-à-dire pour que s'y préserve un droit de disparition - un "droit de cité" non problématique -, il faut alors compter sur le tact de l'environnement et sa capacité à "fermer les yeux" ou à ne pas trop prêter attention (ne pas trop donner une valeur publique) aux parades qui s'y exécutent. La "disparition" de l'acteur s'y accomplit alors dans l'élément d'une trans-opacité relative qui inhibe la valeur spectacularisante de ces lieux publics.

D'où ce deuxième paradoxe, complémentaire du premier, et selon lequel c'est parce que les acteurs y sont trop identifiables que l'usage convenu de ces lieux veut qu'on en gèle relativement la fonction identitaire ou représentative.

On voit donc comment dans ces deux contextes différents que nous avons opposés de manière caricaturée, l'espace des considérations réciproques semble doté d'un dynamisme interne qui conduit ces considérations à s'auto-réguler et à sélectionner, différemment selon les cas, un niveau spécifique d'attention mutuelle.

Et c'est même pour mettre en évidence cette épaisseur propre de l'espace public du point de vue des régimes de visibilité qu'il institue, cette autonomie relative quant au coefficient de théâtralité dont il affecte les lieux que nous avons délibérément privilégié une approche contrastante.

La réalité des espaces publics urbains est en effet plus nuancée et plus intriquée :

- d'une part les centres urbains classiques commencent à se parsemer de galeries marchandes et réciproquement il est simplificateur de réduire les centres commerciaux périphériques à de simples hypermarchés,

- d'autre part ces considérations mutuelles que nous avons appréhendées à un niveau qu'on pourrait dire "molaire" ne sont que la résultante globale de micro-ajustements visuels, de considérations "moléculaires" - quasiment d'acteurs à acteurs -

extraordinairement complexes et à proprement parler indescriptibles.

Sauf donc à travailler sur des contextes très typifiés il était difficile de mettre en évidence ce rôle opérant du public dans la théâtralisation des pratiques spatiales.

Dès lors la typologie schématique qui oppose les deux espaces n'est pas à interpréter comme le dernier mot de cette recherche ; c'est même l'inverse, elle ne réifie pas, ne substantialise pas deux états rigides des attentions publiques, elle permet de mettre en évidence au sein de chaque public un potentiel de fluctuation interne - survalorisant ou inhibant ces attentions.

Ceci permet alors de mieux poser le problème de l'urbanité, c'est-à-dire de la théâtralité des espaces urbains, et de ses conditions contextuelles.

Quatrième ensemble de proposition.

La question n'est pas de produire des cadres théâtraux, mais de reconnaître les facteurs qui peuvent initier ou mieux amorcer des procès au travers desquels, progressivement, le public serait susceptible de devenir, de manière plus accentuée, son propre objet. Si comme nous l'avons avancé ce qui "signe" l'urbanité d'un espace c'est la part significative qu'y prend la simple "fréquentation de fréquentations" comme composante des pratiques urbaines, alors on comprend que la présence de ces facteurs puisse valoir comme condition d'urbanité.

Ces facteurs de contexte, ou pour parler le langage de la physique moderne, ces éléments des "conditions aux limites" susceptibles d'engendrer un "changement d'état" dans le public - en l'occurrence de favoriser une sensibilité plus grande du public à lui-même - nous les avons évoqué tout au long de ce travail.

Les regroupant en conclusion il nous semble qu'ils sont de deux ordres, à concevoir comme liés :

- ils sont d'une part de l'ordre des dispositifs spatiaux, c'est-à-dire de la forme même des espaces qui accueillent et "cadrent" les flux publics,

- ils réfèrent d'autre part à un ordre de données plus générales, celui des principes d'organisation "spatio-fonctionnels" qui structurent l'aménagement urbain.

Pas de théâtralité urbaine, c'est-à-dire pas d'urbanité, sans qu'existent au minimum des espaces de vis à vis ou qui rendent possible d'une manière ou d'une autre de tels vis à vis publics : voilà pour le premier type d'éléments.

On pense bien sûr à quelques éléments d'évidence du vocabulaire urbanistique : "cours", "ramblas", terrasses...

Mais la visibilité publique s'organise sans doute autour de formes plus ponctuelles et moins stéréotypées. D'où notre insistance sur les effets de seuil.

A cet égard l'espace des centres commerciaux et des galeries marchandes nous semble s'organiser en minimisant cette fonction de vis à vis. Ultime symptôme, sans revenir sur les descriptions précédentes : la disposition respective des bancs publics dans les galeries qui est "centrifuge" et disperse les regards, et ainsi les absente les uns aux autres...

Mais les conditions physiques (architecturales) d'une visibilité publique ne sont cependant pas les seules à inciter à une théâtralisation des conduites, et nous en venons à notre deuxième ordre de facteurs. On dira, pour simplifier, que la visibilité physique ne suffit pas si elle n'embraye pas sur une visibilité morale. Et cette visibilité morale, c'est-à-dire ce droit plein et entier de voir et d'être vu, ou encore cette liberté effectivement exercée de considération réciproque dépend elle-même des rôles dont peuvent se créditer mutuellement les citoyens. Il nous paraît à ce propos que la plurifonctionnalité des centres urbains fournit un type de contexte qui alimente de tels "crédits mutuels". Non seulement cette plurifonctionnalité tend à garantir un minimum de translucidité des acteurs : on peut d'autant plus observer le public (ou en être observé) qu'il y a peu de chances que ces considérations croisées y valent comme déchiffrement (1).

(1) Sauf à ce que ce déchiffrement opère dans l'ordre de la généralité. C'est au moment où la ville devient un "rassemblement d'inconnus" que se développe la tradition du regard physiologiste : physiognomonie de Larater, "physiologie de la démarche" chez Balzac et plus largement prégnance du thème littéraire de la "comédie humaine". Ici le déchiffrement ne stigmatise pas puisqu'il indifférencie et débouche sur des théories générales. Cela confirme donc notre idée plutôt que l'inverse.

Mais de surcroît le centre urbain classique comme "lieu d'excellence" ou encore comme site privilégié territorialisant des "activités à conséquence" (lieu du pouvoir, des échanges rares, des occasions à ne pas manquer, etc...) sélectionne la fiction d'un citoyen actif qui est moins prisonnier du cadre, le consommant passivement, qu'il ne le traverse ou ne l'utilise dans le cours d'une démarche, exploratoire ou décisive.

Il est alors commode de loger jusqu'à ses moindres routines - et parfois à son propre insu - à l'ombre de ce profil avantageux que dispense généreusement le cadre. La complexité, l'intrication, l'illisibilité réciproque des pratiques urbaines qui s'y déroulent y parent, dirait-on, la plus élémentaire des présences de la dignité d'une énigme.

Par contraste la fréquentation des galeries marchandes apparaît comme nettement plus prosaïque. Et la monofonctionnalité du lieu présente l'inconvénient dramaturgique majeur d'y livrer, voire d'y imposer à la lecture, les motifs d'une présence. A cet égard les déclarations d'intention des responsables et des programmeurs des grandes chaînes de distribution, qui toutes pourtant vont dans le sens d'une diversification des services offerts, ne nous semblent pas rompre avec cette logique mais au contraire la saturer. De quoi s'y agit-il d'autre en effet que de multiplier les prestations de services, ceux-ci fussent-ils les moins marchands, comme les fameux lieux culturels d'Auchan, et donc d'y résumer la figure du citoyen à n'être que le bénéficiaire toujours mieux comblé d'une offre de services toujours plus complète.

Ce qui se manque et qui, plus, se compromet dans cet encerclement idéal c'est précisément la dimension active des pratiques urbaines et qui est au fondement de leur théâtralité. Si, pour faire formule, la ville développe ou suscite un "agir théâtralisé", n'est-ce pas en effet parce qu'elle garantit la fiction selon laquelle elle est, aussi, un "théâtre d'actions". Bref il conviendrait de s'interroger sur le contenu profond de cette détermination - aussi exacte scientifiquement qu'elle est satisfaisante d'un point de vue phénoménologique - de cette détermination du centre donc, comme lieu "des loisirs et des affaires".

Telle serait en tout cas selon nous la véritable polyfonctionnalité qu'il s'agirait de réinstaurer dans les nouveaux espaces centraux.

Quelle valeur, enfin, accorder à ces propositions ?

Une valeur de recette ? Mais outre qu'on anticipe mal sur les médiations pratiques qui permettraient de les accomplir et de les faire "passer dans le réel", on voit par contre trop bien en quoi elles se heurtent aux principes d'aménagement spatiaux qui régissent la production (et la rentabilité) de ces nouveaux centres commerciaux.

D'une certaine manière leur faible valeur urbaine, selon le sens que nous avons donné à ce terme, non seulement ne compromet pas leur attractivité mais la renforce (ou semble en être une condition). Et les bonnes volontés urbanisantes dont se prévalent depuis peu leurs concepteurs ne sont interprétables de ce point de vue que comme témoignant d'une prise de conscience récente de leur part de l'écart qui se creuse entre deux modèles de pratiques (l'un urbain et l'autre moins) et de la volonté de réduire cet écart en rajoutant quelques éléments de décor en plus : puisque la ville est une valeur, simulons la et donc, donnons un visage urbain à ce qui désurbanise l'environnement...

Constat pessimiste, qui renverrait "le marchand" et l'urbaniste à leurs intérêts propres, irréductibles et contradictoires.

Cependant les études comparatives que nous avons menées sur nos trois terrains et l'observation, dans ce cadre, de ce qui se passe à certaines heures de la journée à Marne la Vallée (au centre Arcades de Noisy le Grand) autorisent sans doute des conclusions plus nuancées.

Qu'un espace marchand s'insère dans un espace urbain, qu'il se connecte sur des espaces professionnels (espaces de bureaux) ou mieux qu'il accueille et laisse transiter en son sein des flux urbains "tendus" entre lieux d'activités et stations de transport collectif, qu'enfin il ménage des sites où un jeu, complexe, de visibilité mutuelle puisse s'ancrer, et alors il semble qu'un minimum d'urbanité puisse là se restaurer.

On préjuge alors qu'un tel contexte - que ce minimum attesté de complexité d'une pratique véritablement urbaine - ne fait pas baisser le volume des ventes...

Et ainsi, comme on dit, la partie serait jouable.

A condition cependant que les "commerciaux" acceptent de rompre avec une logique spatiale, profondément ancrée dans leurs conceptions architecturales, toute de fluidité et de clôture (bref d'intégration) ; acceptent donc d'ouvrir leurs centres et ceci doublement :

- les ouvrir à d'autres flux, autrement déterminés,
- les ouvrir aussi au jeu des visibilitées mutuelles ; les deux ensembles.

Et c'est pourquoi, comme on dit là encore, cette partie n'est pas jouée d'avance parce que ces principes de fluidité et de clôture avec lesquels il faudrait rompre ont fait leurs preuves, et parce que, dans tous les sens du terme, ces centres commerciaux tournent bien.

On rappellera alors simplement que là n'est pas le problème. Que certes si ces espaces fonctionnent c'est bien parce qu'ils répondent à une demande, ou bien qu'ils ont une véritable valeur pratique pour leur clientèle, etc..., mais que cela ne fait pas pour autant un centre urbain...

Du encore on dira qu'ils marchent d'autant mieux qu'ils autorisent une certaine latitude expressive - on parlerait plus durement d'une certaine indigence expressive - et que ceci n'est pas négligeable ou méprisable et représente même une valeur réelle : d'où l'ambiance souvent ludique et bon enfant de ces ensembles commerciaux ; mais que, au regard de ce qui est dans notre culture urbaine attendu d'un centre ville, cette indigence expressive risque toujours de "jurer" et d'être interprétée comme expression d'indigence. Culturelle ? Civile ?

COMPAGNIE S. S. COURON JAILLES

Il s'agit de deux autres formes différentes... (faint text describing the company's structure and operations)

ANNEXES

1. Description des lieux... (faint text describing the locations)

2. Les "parties" et "parties" de la... (faint text describing the parts and components)

3. Description des lieux... (faint text describing the locations)

4. Plan de l'usine... (faint text describing the factory plan)

5. Plan de l'usine... (faint text describing the factory plan)

- ANNEXE 1 -
MARSEILLE : LE COURS JULIEN

L'espace du cours Julien ménage différents types de parcours, chacun spécifiant un public déterminé (que l'on peut déterminer et qui se détermine lui même). Le cours Julien peut être - dans un premier temps d'observation - appréhendé à la croisée de cheminements et de buts différents: on y observe une simultanéité de parcours "finalisés".

Avant d'en entreprendre l'analyse, notons les caractéristiques de trois groupes composant l'essentiel du public du cours Julien :

- 1 - la clientèle du marché, composée en grande majorité de personnes de plus de cinquante ans (retraités ou ménagères),
- 2 - l'univers des "consommateurs" du cours Julien. Fréquentant les cafés, librairies et magasins d'habillement, son public est jeune (18-30 ans), composé de lycéens, d'étudiants, d'"intellectuels"...
- 3 - les "passants" : on reconnaîtra ici tant les consommateurs de biens de haute qualité (antiquité, mode...) que ceux pour qui le cours Julien n'est, effectivement, qu'un lieu de passage (personnes qui empruntent le parking souterrain, qui se dirigent vers les rues commerçantes par l'escalier situé du côté du cours Lieutaud...). Ce qui rapproche ces deux publics c'est sans doute une pratique du cours Julien moins motivée par le souci, caractéristique du second groupe, d'y retrouver "une ambiance".

1. Morphologie des flux.

Une distinction peut être opérée entre les flux dont la finalité est interne au cours Julien et ceux qui empruntent (même partiellement) le cours mais dont la finalité est externe :

- Finalité externe :

- . Flux de passage : traversée du cours, par exemple de la rue d'Aubagne à la Plaine.
- . Flux de proximité (tangential au cours Julien) : qui jouxte le cours, par exemple de la Plaine à la place Notre-Dame (par la rue des trois Frères Barthélémy) traversée du "hall d'entrée" du cours.

. Flux souterrain : traversée du "hall d'entrée" pour prendre le métro, entrées du parking.

La traversée du cours Julien emprunté comme passage est rapide : peu de captation du regard est permise par les devantures de la façade commerçante (cf. les topies). La bouche de métro entraîne un mouvement également rapide. Le "hall d'entrée" est moins un espace d'accueil ou d'attente (malgré la présence de bancs) qu'un passage, un "sas" où l'on ne prend pas la peine de ralentir.

- Finalité interne, propre au cours (soit d'un point à un autre du cours, soit d'un point externe à un point interne au cours) :

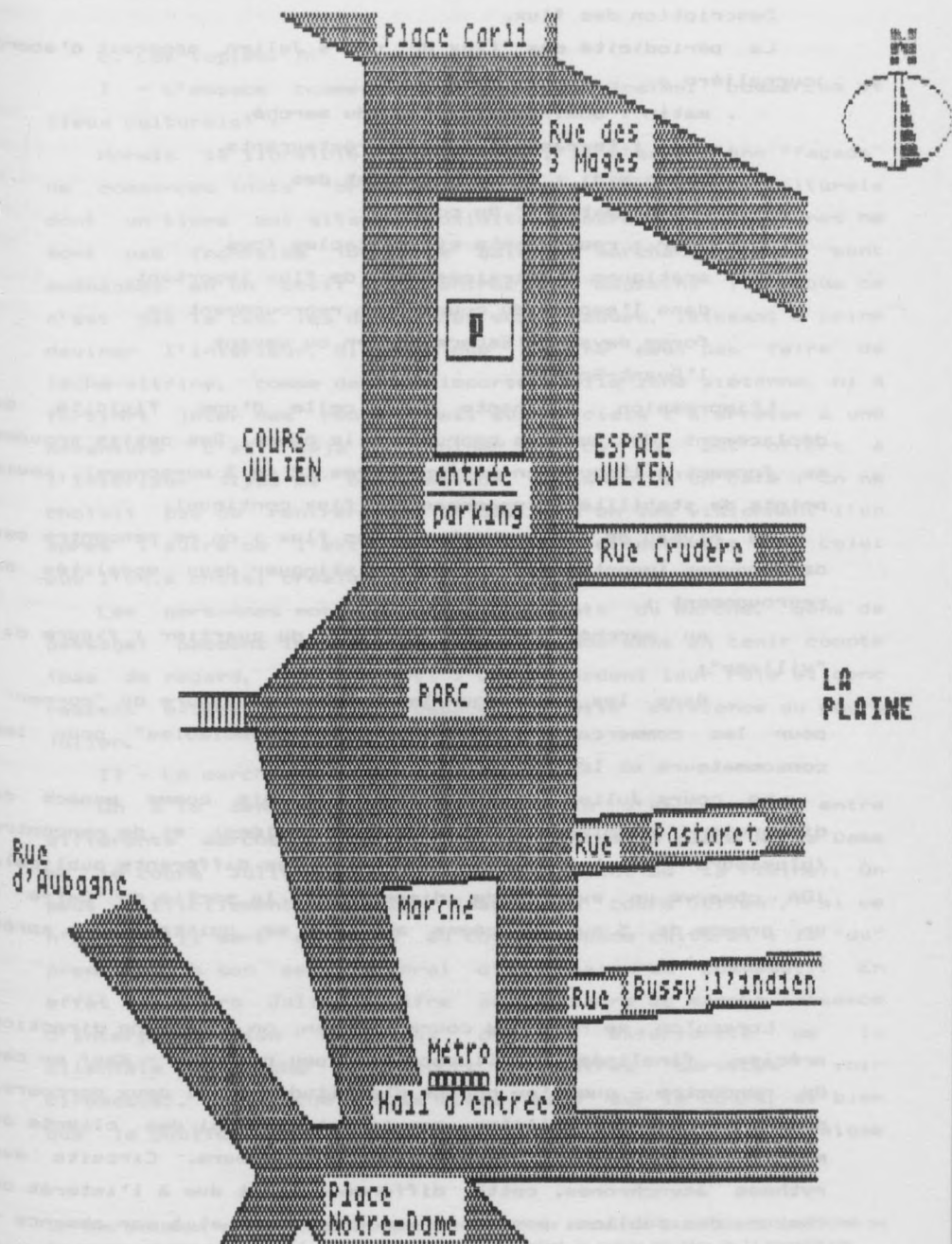
. Flux du marché, parcours indépendant dans l'espace du cours : il se présente soit en premier plan net pour les clients du marché, le cours et ses flux leur apparaissant comme décor, second plan flou ; soit en décor, arrière plan de la scène que jouent les habitués du cours (commerçants et consommateurs du cours). Mis à part lorsqu'ils passent d'un étal à un autre, les clients du marché adoptent un rythme rapide et leur trajectoire est bien orientée.

. Flux des "consommateurs" du cours : trois "modèles" distincts (mais pouvant être combinés) constituent ce flux : un parcours commercial (antiquaires, boutiques de mode, librairies, restaurants, bars) ; un parcours "culturel" (Espace Julien, Avant-Scène, galerie, biblio-bus) ; le cheminement des lycéens et des étudiants (bars, parc, librairies...).

A l'inverse des clients du marché, les "consommateurs" du cours traversent rapidement l'espace du marché et les rues ou places attenantes puis ralentissent pour "flâner" devant tel magasin, entrer dans tel café...

. Flux du parc, espace indépendant aménagé à l'intérieur de l'espace du cours : jeux d'enfants, jeux de boules, promenade... "Zone" discrète (on fait la manche Place Notre-Dame ou dans le "hall d'entrée" plutôt qu'à l'intérieur du cours).

PLAN DU COURS JULIEN



Description des flux.

La périodicité des flux du cours Julien apparait d'abord journalière :

- . matin : dominance du flux du marché,
- . midi : terrasses, bars et restaurants,
- . après-midi : flux du parc et des "consommateurs" du cours,
- . soir : restaurants et spectacles (ces pratiques n'entraînent pas de flux important dans l'espace du cours : un regroupement se forme devant l'Espace Julien ou devant l'Avant-Scène).

L'impression dominante est celle d'une fluidité du déplacement des publics empruntant le cours. Des petits groupes se forment à l'occasion de rencontres (2 ou 3 personnes), seuls points de stabilité interrompant un flux continu.

Au niveau de la consistance des flux : on ne rencontre pas de groupes importants. On peut distinguer deux modalités de regroupement :

- . au marché, pour les habitants du quartier : figure du "village";
- . dans les bars pour les habitués : figure du "corner" pour les commerçants du cours, des "semblables" pour les consommateurs et les lycéens.

Le cours Julien se présente à la fois comme espace de dispersion (cheminement de personnes isolées) et de rencontre (plusieurs "points" de rencontre selon les différents publics). (On observe un exemple de dispersion à la sortie du "Caffé" : un groupe de 5 ou 6 lycéens attablés se quittant l'un après l'autre...).

Lorsqu'on se rend au cours Julien, on prend une direction précise, finalisée, et il apparait peu probable - sauf en cas de rencontre - que l'on change d'attitude. Ainsi deux parcours, deux "circuits" parallèles coexistent : celui des clients du marché et celui des "consommateurs" du cours. Circuits aux rythmes asynchrones, cette différence étant due à l'intérêt de chacun des publics pour "son" propre espace et à son absence - relative bien sûr - à l'autre scène. (Cette différence est

également mise en jeu par les modalités de "focalisation" des deux espaces - premier plan / décor).

2. Les topies. (1)

I - L'espace commercial et culturel (cafés, commerces et lieux culturels) :

Hormis la librairie "Parenthèse", il s'agit d'une "façade" de commerces (dits "branchés"), cafés et équipements culturels dont un tiers est situé à proximité du marché. Les vitrines ne sont pas frontales (du type galerie marchande) mais sont aménagées en un petit sas d'entrée aux "magasins" ; lorsque ce n'est pas le cas, les devantures sont opaques, laissant à peine deviner l'intérieur. Si bien que l'on ne peut pas faire de lèche-vitrine, comme dans n'importe quelle zone piétonne, ni a fortiori jeter des coups d'oeil superficiels : s'arrêter à une devanture c'est déjà participer de ce qui est offert à l'intérieur (type de consommation, ambiance d'un café : on ne choisit pas de rentrer dans un des bars en les visionnant l'un après l'autre de l'extérieur, on rentre directement dans celui que l'on a choisi préalablement...).

Les personnes non concernées (clients du marché, gens de passage) passent le long de cette façade sans en tenir compte (pas de regard, pas d'arrêt) : elles gardent leur rôle et donc restent extérieures à cet espace, à cette existence du cours Julien.

II - Le marché :

On a le sentiment qu'il fait partie d'un "circuit" entre différents marchés (aller et retour entre la place Notre Dame et le cours Julien, flux allant et venant de la Plaine). On peut difficilement l'appeler "marché du cours Julien", si ce n'est qu'il sert de cadre au cours, espace culturel ; le "du" prend alors son sens littéral d'expression du possessif. En effet le cours Julien n'offre pas de cadre au marché (absence d'interpénétration des deux publics, extériorité de la clientèle du marché par rapport aux autres "services" - voir ci-dessus). Le marché semble comme "posé" sur le cours, si bien que le public de "consommateurs" du cours Julien "laisse

(1) Nous utiliserons ce terme de manière générique pour définir et analyser les caractéristiques formelles des espaces que nous avons observé. Cette catégorie excède cependant le simple registre de la description.

intact" ce marché de quartier, qui se trouve alors enclavé dans un espace autre.

III - Le parc :

Au niveau de l'aménagement de l'espace, le parc se constitue en une sorte de "réserve naturelle", espace clos dans l'espace du cours parce que replié sur lui-même : les bancs y sont tournés vers l'intérieur, l'emplacement du jeu de boules est entouré d'arbres. C'est là qu'"échouent" des jeunes ne sachant pas trop où aller, et ne participant pas des deux autres groupes. Cependant le matin cet espace est peu fréquenté.

IV - La sortie du métro :

A l'extrémité du cours, elle consiste en fait en une intersection de passages : du cours Julien vers la place Notre-Dame ou vers la rue des trois Frères Barthélémy, de la place Notre-Dame vers la rue des trois Frères Barthélémy. Lieu où les flux sont donc finalisés au maximum, les bancs qui s'y trouvent ne semblent pas proposer une halte. Ils sont néanmoins utilisés par des personnes âgées n'ayant visiblement pas grand chose à faire et parlant fort entre elles, ou bien par des clochards.

3. Les figures et les espaces interactionnels.

I - Le cours Julien comme espace de "corner" ; plus précisément il y a coexistence de deux univers organisés autour de sociabilités de "corner" :

1) L'une qui se constitue autour du marché : rencontre d'habitues au marché et sur les chemins qui y mènent, discussion avec les marchands (telles ces deux personnes qui traversent le marché en s'arrêtant à chaque étal pour discuter). Certains passent une partie de la matinée dans le "coin". De fait, des bistrotts d'habitues jalonnent la place Notre-Dame jusqu'en lisière du cours Julien.

2) L'autre qui gravite autour de la "façade" est constituée des commerçants (qui se rendent visite, certains se retrouvant au café le matin) et aussi d'habitues (lycéens en groupes dans les bars, personnes seules lisant leur journal...).

II - Le cours Julien comme espace de semblables :

Peu à peu, hormis l'espace du marché, l'ambiance de convivialité s'atténue en faveur d'un cadre s'offrant à des publics bien ciblés. Cet espace fonctionne comme tel grâce :

- . aux magasins d'habillement pour jeunes, qui concernent une partie des clients des cafés,
- . aux équipements culturels et à la librairie, dont une partie des habitués fréquente aussi les cafés,
- . aux antiquaires (on peut supposer qu'ils captent un tout autre public).

C'est le long de la façade commerciale que s'effectuent des rencontres, ainsi qu'aux terrasses, à l'heure du café.

III - Les publics I-2 et II sont souvent composés des mêmes personnes, à savoir que l'on peut composer deux rôles. Par exemple fréquenter un bar comme espace de "semblables" et partager un minimum de complicité avec le patron.

IV - Par contre tout un ensemble de "modalités d'être en ville" sont absentes :

- . la performance : pas de bandes de jeunes,
- . la disparition : si l'on peut se sentir déplacé ou étranger, il n'y a pas de badaud,
- . la flânerie est possible mais s'opère pour chacun des publics dans un lieu bien précis (au marché pour les uns, de magasins en magasins, de magasins en cafés pour les autres). Lorsqu'on sort ou lorsqu'on entre dans ces espaces-réserves, on adopte une attitude finalisée (à l'entrée du cours il est facile de repérer le but de chacun). Il semble que le cours Julien assigne des rôles auxquels on ne peut que se tenir.

- ANNEXE 2 -
MARNE LA VALLEE - LE CENTRE
COMMERCIAL REGIONAL ARCADES

Nous avons dégagé, comme pour le Cours Julien, trois strates qui sont :

- celle de la morphologie de l'espace et/ou des "topies".
- celle de la morphologie des flux autour des critères de densité, de directionnalité, de linéarité, de périodicité, de rapidité, de latéralité, de dissociabilité / porosité.....

En outre, nous avons été attentifs à ce que nous qualifierions, après Goffman, d'unités véhiculaires ainsi qu'aux pratiques de séparation / rencontre.

- celle, enfin de l'espace interactionnel où l'attention / l'inattention (polie), l'espace ouvert / fermé, la frime ou la drague, entre autres, nous serviront d'indicateurs.

Dans le désordre, et très généralement, on pourrait noter :

- * une variété des "acteurs" multicritères : age - sexe - ethnique - classe (pas de grand bourgeois).
- * une multiplicité d'attitudes : gens qui attendent, stationnent, regardent, se promènent.
- * des personnages comme un garçon-serveur, type corner : "diabolique mon sandwich, comme moi"... "Là où y a pas de sou, y a pas de souci"...., enjoué.

PHOTO 1 : MARNE, UN DES TROIS "PUITS"



1. Morphologie des flux

Densité : elle est "relâchée"

Périodicité : une pointe de 12 h10 à 12 h 30 mais graduelle

Directionnalité : toutes directions, difficile à évaluer

Linéarité : idem - une certaine décision dans les trajets. On voit peu de gens "ne sachant pas où se poser" (si, une femme, quarantaine fourrure qui a fait le tour avant de s'asseoir au salon de thé). Sans doute un fort taux de familiarité avec les lieux.

Rapidité : tous les possibles, sauf l'hyperpressé. Stations, rythmes très lent (groupe d'ados), rythmes moyens, rythmes rapides...

Latéralité : latéralité des regards

- Vers le haut/bas

- de côté

- peu de regards inspectants ou fuyant (les inspections)

PHOTO 2 : MARNE, LA GALERIE MARCHANDE



Changement d'unités véhiculaires

* faible : beaucoup de groupes. Appréciation 20 % seuls - 60 % de 1 à 3 - 10 % (4) - 10 % (+ de 4)

* jamais de séparation (le soir une dans la bande d'ados)

* plutôt des regroupements : surtout 1 + 1, parfois 2 + 1 ou 2 + 2. Jamais plus amples.

* Un croisement avec discussion pendant 5 mns

* Très souvent des salutations latérales de groupe à groupe

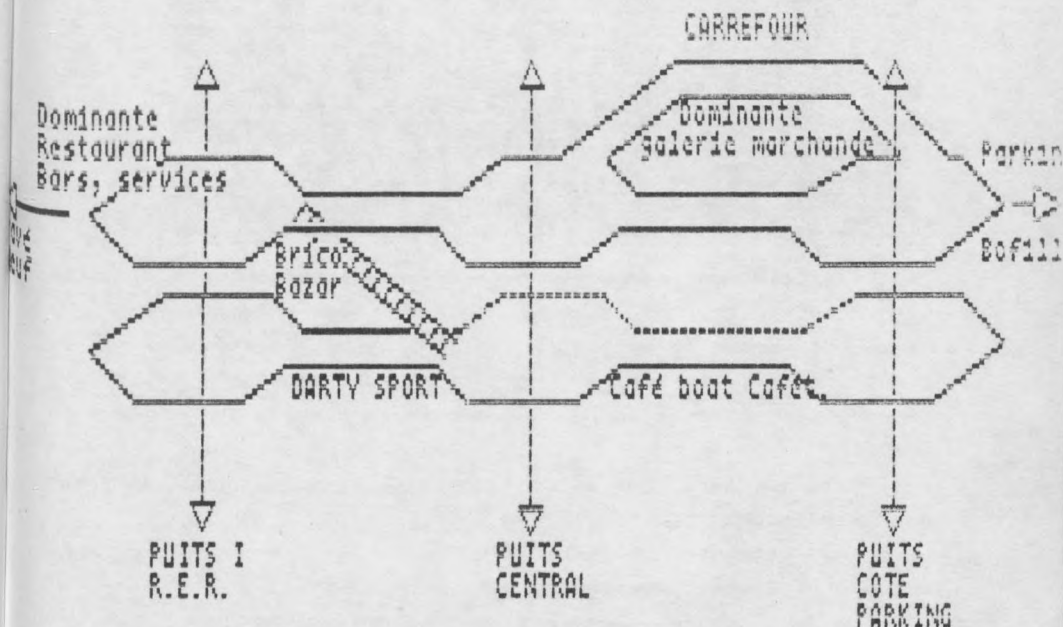
* Base des unités véhiculaires :

- 30 % de familles
- 25 % de collègues
- 25 % de camarades ados
- 20 % de couples

* Pas d'événementialité

2. "topies"

Plan d'ensemble du centre commercial



On peut distinguer des sous-espaces du point de vue de l'ambiance, de la qualification de l'espace selon une opposition :

- * espace commercial VS espace moins commercial
- * espace à sédentarisation possible VS espace cursif
- * espace de distribution VS galerie marchande

En croisant ces catégories, on aboutit à des sous-espaces spécifiés :

- galerie marchande
- hypermarché
- Bricolo/Darty/Electro ménager
- Hall () place. Point d'arrêt.

PHOTO 3 : MARNE, LE VIS-A-VIS CARREFOUR/GALERIE MARCHANDE



Difficile de trancher pour un principe topologique plutôt qu'un autre. Ce qui semble probant c'est l'opposition, au niveau 1, entre le segment Bricolo/Darty et l'autre : pertes de flux, en partie capté par le "monte-caddies" (1) - une dégradation d'animation -, en partie capté par les espaces de vente.

- la barrière des caisses enregistreuses sépare l'acheteur du "galeriste".

- on retrouve cette barrière dans les grandes surfaces Bricolo et Electro ménager.

- Par contre les autres galeries ont un rapport vitrine/stock nettement plus élevé et parfois une simple structure alvéolaire.



(1) Qui sont ici qualifiés par un néologisme étonnant : Travelator.

PHOTO 4 : WARNE, STRUCTURE ALVEOLAIRE ET BARRIÈRE DES CAISSES



On distinguerait donc au moins 3 espaces :

- Espace marchand
1. l'espace d'achat - Carrefour/Darty/Bricolo Bois
 2. la galerie marchande - rivages des vitrines - exposition/superficialité/attractivité
 3. les autres espaces

Mais ces autres espaces (n°3), on pense aux deux puits et au coin cafétéria Casino Brasserie, comment les qualifier ?

Eux-mêmes dissemblent :

* L'ensemble Brasserie/Cafétéria est greffé sur un espace galerie marchande.

* Le puits de la sortie RER est nettement moins marchand (bistrot / restaurant / cinéma / presse / Kis / Labo-photo - Services). Une pratique non marchande de ces espaces, plus citadine et de séjour. Lieux où s'attendre, se poser, se voir ; où la focalisation sur des objets est moindre, ce qu'il y a à voir est moins derrière les vitrines. Des tas de gens passent sans regarder les quelques vitrines. Les regards sont dos aux vitrines, puisque tournés vers le puits. C'est un sous-espace urbain dans une globalité marchande, une greffe qui semble mieux réussie que le traditionnel point de rencontre.

... on that point, ...

... the fact that ...

... it is ...

... the ...

... the ...

... the ...

... the ...

... the ...

... the ...

... the ...

... the ...

... the ...

... the ...

... the ...

... the ...

... the ...

... the ...

... the ...

... the ...

... the ...

... the ...

... the ...

... the ...

... the ...

... the ...

... the ...

- ...
- ...
- ...
- ...

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

- ANNEXE 3 -
EVRY : AGORA ET CENTRE
COMMERCIAL REGIONAL EVRY 2

Le site de l'observation à Evry comprend deux grands éléments qui à la fois s'opposent et se complètent, à savoir l'Agora et le centre commercial régional Evry 2. Cet ensemble s'étend sur une superficie totale de 110 585 m² répartis comme suit :

- Centre commercial régional	: 71 000 m ²
- Restauration (Flunch/brasserie)	: 1 250 m ²
- Agora dont :	
* Administration/information	: 4 480 m ²
* Espaces publics	: 5 030 m ²
* Loisirs, culture	: 23 265 m ²
* Sanitaire et social	: 2 230 m ²
* Annexes	: 3 330 m ²

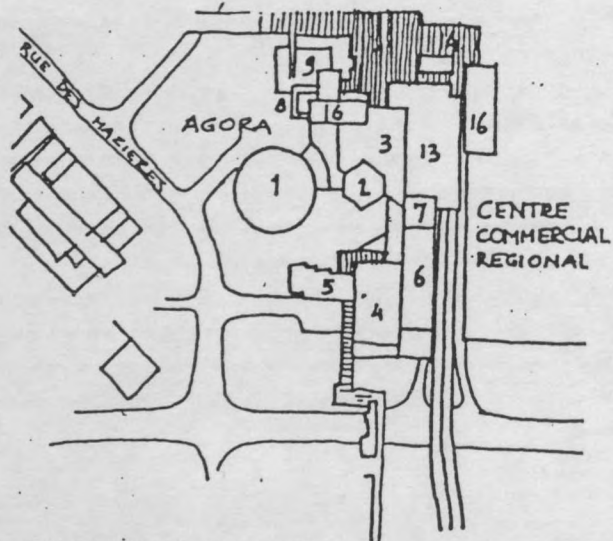
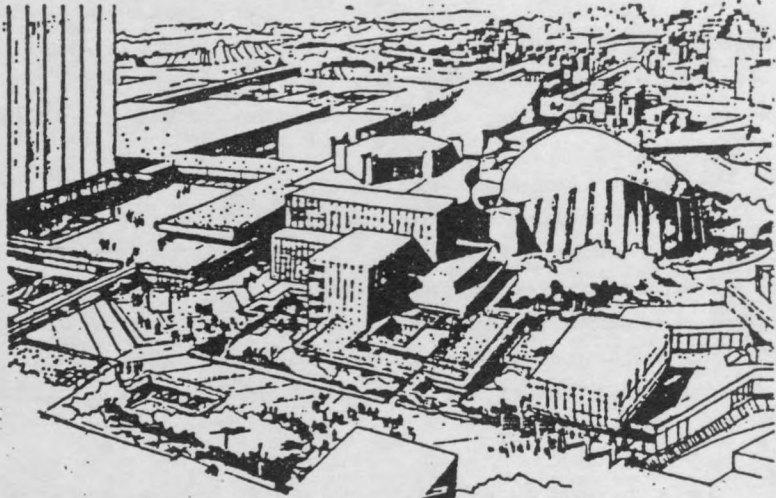
Il convient de supprimer de l'aire d'observation environ 38 000 m² correspondant à des locaux non publics ou non pertinents pour notre analyse (les salles de spectacle, l'administration,...etc).

L'Agora en elle-même regroupe de nombreux services principalement culturels, administratifs, sanitaires et sociaux. Ceux-ci sont répartis sur trois niveaux autour d'une place couverte qui débouche sur une place publique extérieure (la Place des Terrasses). Deux de ces niveaux correspondent aux deux niveaux du Centre commercial régional.

On estime environ (sources EPEVRY) le flux à une moyenne de 5000 à 10000 personnes par jour. La seule pointe du midi me semble brasser, en une heure environ, plus de 1500 personnes et le flux est toujours relativement régulier dans le reste de la journée.

FIGURE 1 : VUE GENERALE DU CENTRE D'EVRY

SOURCES : Document EPEVRY, "Créer un centre-ville : Evry"
 André DARMAGNAC, François DESBRUYERES, Michel
 MOTTEZ, Collection Architecture "Etudes", Ed. du
 Moniteur, Paris, 1980.



- | | | |
|-----------------------|-----------------|---------------|
| 1 Salle des sports. | 8 Cinémas. | 11 Place. |
| 2 Salle polyvalente. | 7 Studio télé. | 13 Commerces. |
| 3 Hall d'information. | 8 Bibliothèque. | 14 T.U. |
| 4 Patinoire. | 9 Dispensaire. | 16 Bureaux. |
| 5 Piscine. | 10 Crèche. | |

ESSAI D'ANALYSE DE L'ESPACE D'EVRY

On reprendra ici les trois strates utilisées pour l'observation tant pour le Cours Julien que pour le Centre Commercial ARCADES à Marne la Vallée.

* Morphologie de l'espace et "Topies"

* Morphologie des flux

* Espace interactionnel.

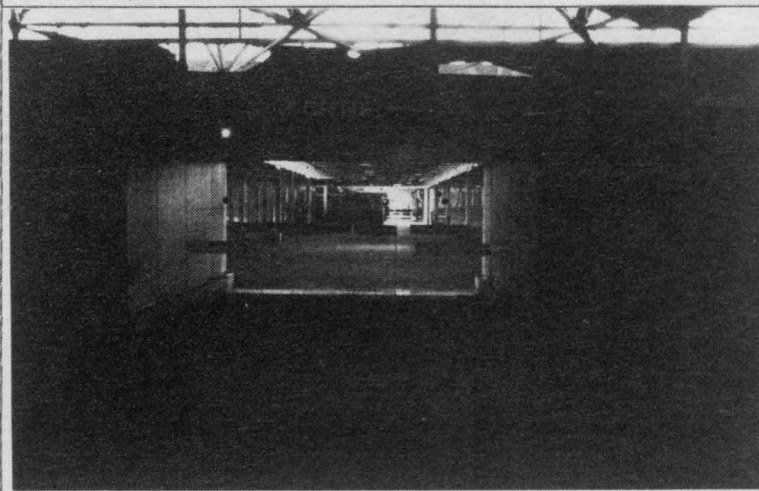
Cependant l'espace d'Evry nous a servi plus précisément à préciser les deux premières. C'est pourquoi nous ne restituerons que les observations qui y correspondent.

Contrairement peut-être à l'espace du cours Julien, il paraît difficile de prime abord de déduire de l'observation des sous-groupes clairement identifiés. On dira que si sous-groupes il y a, ils ne se rapportent pas directement à une "consommation" ou à une pratique différente de l'espace (même si cela peut être le cas cependant) mais plutôt à un ensemble de paramètres temporels (les rythmes, les heures de pointe) et spatiaux. Il paraît donc plus rentable d'en passer d'abord par l'analyse des strates que nous avons retenu.

1. Morphologie de l'espace - Topies.

Les plans joints à ce document mettent en évidence la configuration sur deux niveaux de l'espace étudié. Le niveau 1 peut être considéré comme étant celui du sol (ce qui n'est pas tout à fait vrai car toute la zone centrale d'Evry est faite de décrochements de niveaux). Malgré tout on peut accéder à cet espace du côté Agora (Place des Terrasses) par tout un ensemble de cheminements piétonniers qui desservent les transports urbains (TU, RATP, SNCF) et les zones résidentielles du centre Sud. Aux autres extrémités, les "portes" desservent essentiellement les parkings (ainsi qu'au niveau 2), l'automobile étant le moyen massif pour accéder au CCR.

PHOTO 1 : EVRY, NIVEAU 2 - ACCES C. C. R. VERS ALLEES HAUTES DE L'AGORA



On remarquera que la continuité entre les deux espaces Agora/CCR est assurée au niveau 1 alors qu'elle est plus problématique au niveau 2, ce qui n'apparaît pas sur le plan. En effet, le passage de la porte de l'Agora donne sur une large coursive très dégradée, très peu fréquentée, permettant d'accéder aux allées hautes de l'Agora, sorte de promenade surplombant la place et desservant les services culturels (hexagone, studio, cinémas).

PHOTO 2 : EVRY, AGORA - LES ALLEES HAUTES



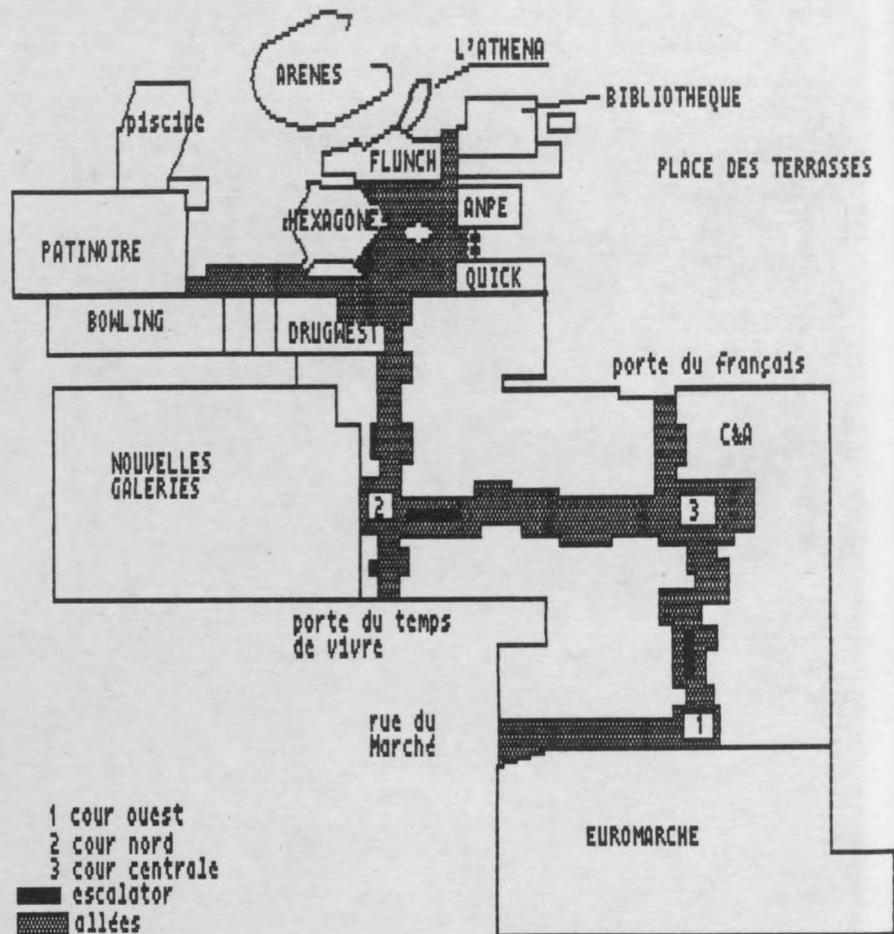
D'un point de vue interne au CCR, la circulation entre les niveaux est assurée par un double système de monte-caddies ou escalators et par des escaliers en colimaçon donnant sur des puits. L'espace du CCR est constitué par une trame d'allées se coupant à angle droit dans des "cours" (cour nord, cour ouest, cour centrale). En outre d'autres puits parsement ce cheminement.

PHOTO 3 : EVRY, COURS OUEST

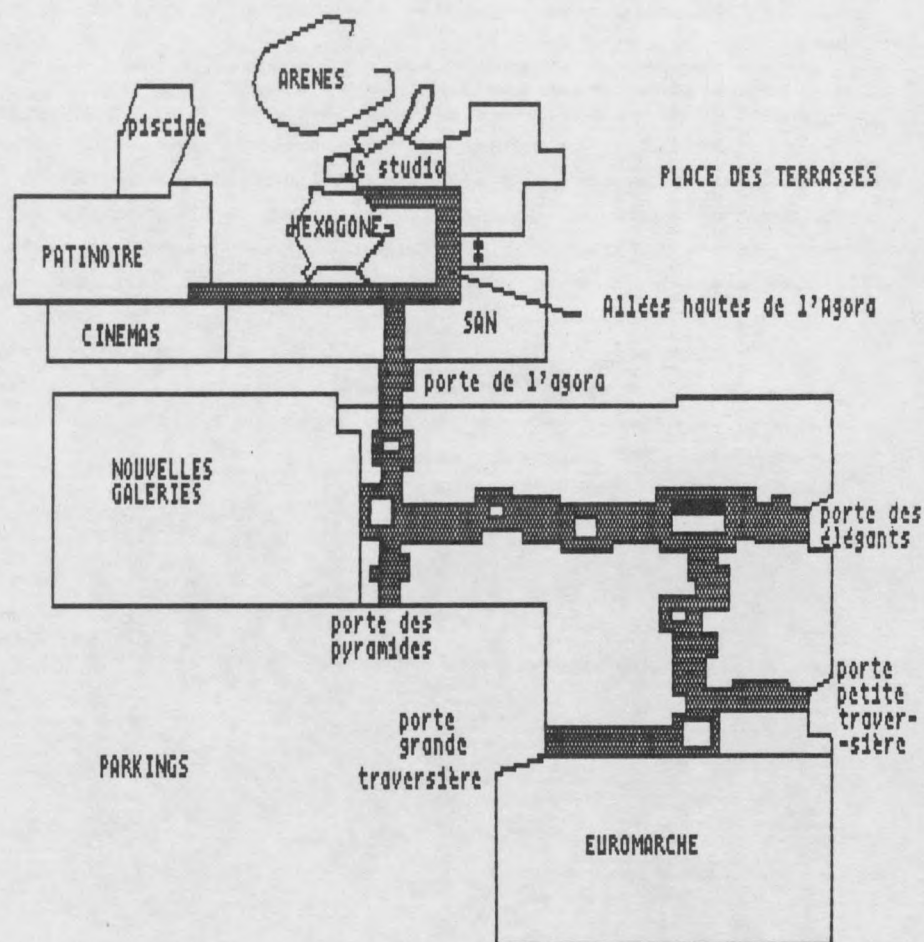


Enfin, on remarquera que l'ensemble de l'espace observé est clos, intérieur.

PLAN NIVEAU 1 CENTRE COMMERCIAL REGIONAL ET AGORA



PLAN NIVEAU 2 CENTRE COMMERCIAL REGIONAL ET AGORA



Si les catégories valables pour Marne la Vallée le sont aussi pour le cas d'Evry :

- * espace commercial VS espace moins commercial
- * espace à sédentarisation possible VS espace cursif
- * espace de distribution VS galerie marchande

il semblerait cependant qu'Evry propose une plus grande diversité. Comme on l'a vu, celle-ci est d'abord liée à la coexistence de deux grands "territoires" : l'Agora et le CCR dont les objectifs sont différents. Mais cette coexistence n'est pas une simple juxtaposition, ou ajout, de fonctions urbaines à l'extrémité d'un espace marchand. En effet, il apparaît que même si l'espace n'est pas traité de la même façon (riche et "cliquant" pour l'espace commercial, relativement austère et dégradé pour l'espace "public"), une continuité morphologique est cependant opérante.

PHOTO 4 : EVRY, AGORA ET PERSPECTIVE SUR LE C.C.R.



De ce fait une dynamique peut s'enclencher et d'autres catégories émergent. Ainsi, si l'espace commercial est opposé à un espace moins commercial (c'est à dire à l'intérieur d'un paradigme du commerce) il est aussi globalement opposé à un espace de service à caractère non marchand. De la même manière, l'espace à caractère non marchand peut être divisé entre l'espace de la consommation de services (notamment culturels et de loisirs : l'Hexagone, le studio, la patinoire, les cinémas, la piscine, le bowling, la bibliothèque) et celui du "service public" (ANPE, services sanitaires et sociaux,...etc.). Ceci étant dit, la donnée qui présidait, pour Marne, à l'élaboration de ces catégories tenait plus à "l'ambiance" et à la qualification des espaces qu'à un croisement de deux types de variables : la nature des flux et la nature des services.

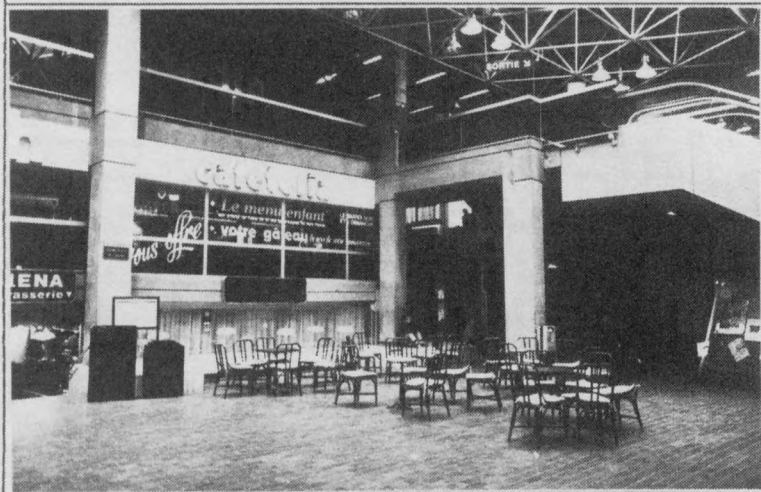
Enfin, une dernière grande catégorie, qui dans une certaine mesure subsume les autres, viendrait s'ajouter :

* espace public urbain VS espace privé commercial

Si l'on résume l'ensemble de ces propositions et si l'on tente de les croiser, on distinguera une série de sous ensembles d'espaces :

		NATURE DU FLUX			
		I	I	SEDENTARISATION	I CURSIVITE
I	I ESPACE	I ESPACE COMMERCIAL	I * ESPACE DE L'ACHAT	I	I CRAISSER
		I	I * ESPACE DU MARCHÉ	I	I ETALAGES
		I	I * ESPACE DU SHOPPING	I	I VITRINES
		I	I * ESPACE DE LA	I MANEGES	I
		I	I "PONCTUATION"	I KIOSQUES	I
I MARCHAND	I	I ESPACE MOINS COMMERCIAL	I PRIVE	I TERRASSES DE CAFE	I ALLEES
		I	I	I RESTAURANTS	I
		I	I PUBLIC	I BANCS - PUITS	I "PORTES"
NATURE DU SERVICE	I	I ESPACE DE CONSOMMATION	I PRIVE	I CINEMAS - BOWLING	I
		I	I	I NIGHT CLUB	I
		I DU SERVICE	I PUBLIC	I HEXAGONE - STUDIO	I
		I	I	I BIBLIOTHEQUE	I
I ESPACE A CARACTERE	I	I	I PRIVE	I INFORMATION	I
		I	I	I	I
I NON MARCHAND	I	I SERVICE PUBLIC	I PUBLIC	I ANPE - ROTONDE	I GRAND PLACE
		I	I	I TELEPHONE	I ALLEES HAUTES

PHOTO 5 : EVRY, AGORA - LA CAFETERIA FLUNCH



Comment alors spécifier ces espaces par rapport à ceux de Marne dont ils sont, malgré tout, proches. On pourrait dire que l'ensemble Agora/CCR - ceci résultant d'ailleurs d'une volonté de l'aménageur - propose une palette plus diversifiée. L'intégration de services publics (et au public) ménage la possibilité d'utiliser cet espace à de nombreux niveaux qui, pour faire référence à nos propositions précédentes, vont d'une exposition accentuée (la frime, la drague) à une simple pratique de l'espace hypercommercial.

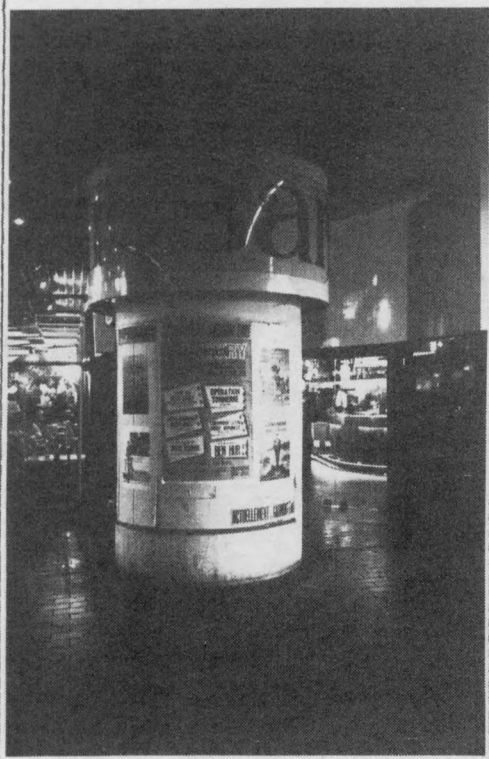
A l'inverse, ce qui apparaît cependant plus nettement à Evry au regard de l'expérience précédente de Marne, c'est la profonde similitude de la morphologie spatiale et de la plupart des sous-espaces dans ce type de lieux dévoués avant tout à la circulation et à la distribution de la marchandise. Pour exprimer un peu mieux ce sentiment, on pourrait remarquer qu'en ce qui concerne :

- * l'espace de l'achat
- * l'espace du marché
- * l'espace du shopping
- * l'espace de la "ponctuation"

ainsi que les divers espaces moins commerciaux (terrasses, bancs,...etc.), l'organisation globale (la place respective) ainsi que l'interrelation entre ces sous-espaces se reproduit de manière quasi identique à Marne et à Evry.

Il est nécessaire de faire ici une parenthèse pour expliquer ce qu'on peut entendre par espace de la "ponctuation". Toute une série de micro-équipements (des kiosques, des manèges pour enfants) ponctue l'espace cursif en organisant, en quelque sorte, des "poches" de sédentarisation.

PHOTO 6 : EVRY, UN KIOSQUE D'INFORMATIONS CULTURELLES



Il semble que ce type de sous-espaces peut avoir une fonction de régulation du flux, de manière à en briser la continuité, à parsemer l'espace cursif d'obstacles "ludiques" (ceci existe d'ailleurs aussi à Marne ainsi qu'à Vitrolles). De la même manière, il existe une sorte de proximité "structurelle" entre l'espace de l'achat (celui d'Euromarché à Evry ou l'ensemble Carrefour/Darty/Bricolo Bois à Marne) et celui du "marché". En effet de nombreux commerces alimentaires "d'étalages" (fruits et légumes par exemple) résident à proximité immédiate des espaces hypercommerciaux (l'allée proche d'Euromarché au niveau 1 prend d'ailleurs le nom de "rue du Marché").

PHOTO 7 : EVRY, LA "RUE DU MARCHÉ"



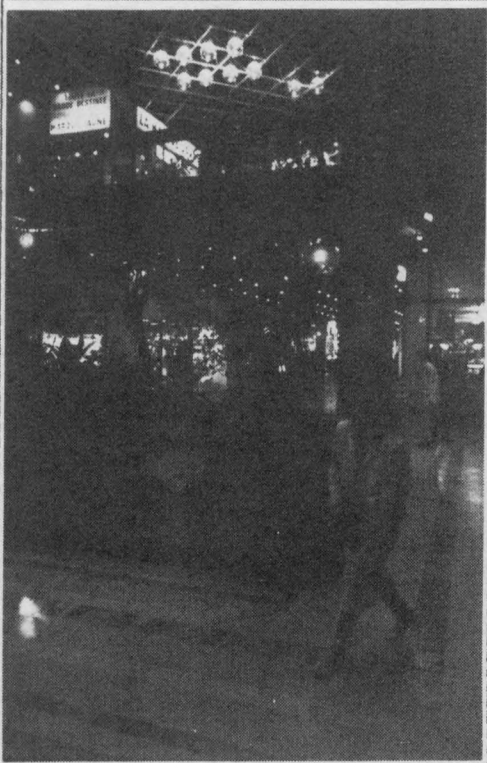
2. Morphologie des flux

Il apparaît difficile sur un espace aussi vaste de traiter globalement de la morphologie des flux. Celle-ci renvoie (est organisée par) les divers sous-espaces, les topos que nous avons décrites.

Densité/périodicité :

L'ensemble du lieu est à peu près vide jusqu'à dix heures du matin, seulement traversé par des gens pressés qui rejoignent leur travail, par des employés de commerces ou des ouvriers d'entretien. A partir de 10 heures et jusqu'à environ 11 heures 30, la fréquentation monte régulièrement et les commerces et équipements ouvrent progressivement. Vers 11 heures 45, les terrasses des cafés et restaurants commencent à se remplir et le flux s'accélère.

PHOTO 8 : EVRY, LE FLUX S'ACCELERE



A 12 heures, un flux important d'employés arrive brusquement et cette pointe durera environ jusqu'à 13 heures. La fréquentation retrouvera cependant un rythme plus faible que vers 13 heures 30. De la même manière, le soir, vers 17 heures, un afflux plus important d'employés (pressés) traversera la place. Pendant une heure environ, on assistera à une augmentation de la fréquentation des commerces. Du côté "marché", les différences de fréquentation ne sont pas aussi marquées et le flux est relativement régulier, la pointe étant plus importante le soir.

Il faut noter que les allées hautes ainsi que les terrasses surplombant la Grand Place sont peu investies sauf par des scolaires qui vont à des spectacles à l'Hexagone et, le soir, par les clients des cinémas.

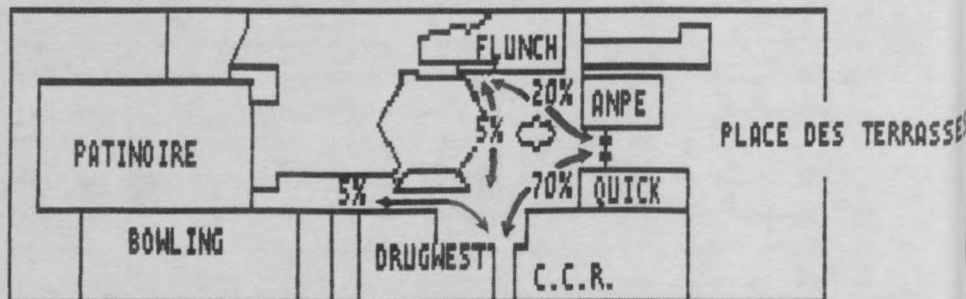
PHOTO 9 : EVRY, GROUPES DE SCOLAIRES (SPECTACLE HEXAGONE)



Cet espace ne joue absolument pas le rôle que peuvent assurer les puits. Ils sont situés hors le flux et le décalage est trop important. Si les puits (à Marne ou à Evry) jouent le rôle de "niches" c'est parce qu'ils s'étaient sur un flux qui n'est pas seulement finalisé et rapide et qu'un jeu de regard peut s'établir entre les flâneurs et les "observateurs". Dans le cas de la Grand Place, le flux qui la traverse est, à de rares exceptions près, celui du passage.

Directionnalité :

La grand place "distribue" relativement bien les flux, cependant plus de 70 % du trafic s'effectue entre le Centre commercial et la Place des Terrasses.



Sauf aux heures de pointe où le flux est très orienté (de l'extérieur vers les cafés ou les restaurants principalement), il n'y a pas de direction dominante.

En ce qui concerne l'espace Grand Place, d'autres sources de flux existent mais elles sont marginales. Il s'agit notamment des escalators entre niveau 1 et 2 ainsi que de l'escalier en colimaçon le long de l'hexagone.

Rapidité :

Ici comme à Marne, tous les registres sont possibles (même l'hyper pressé). Beaucoup de gens stationnent, attendent notamment autour des cabines téléphoniques et de la rotonde.

Linéarité :

La majeure partie du flux est finalisé mais l'indécision est possible sauf dans la traversée de la Grand Place. Un exemple pour illustrer cela : de nombreuses fois, des gens pénètrent dans l'espace, le traversent "résolument", puis s'arrêtent près de la Librairie, hésitent, changent de rythme. Eventuellement, ils peuvent alors revenir dans l'espace de la Grand Place en adoptant un autre rythme mais la latéralité comportementale y reste faible (attente préoccupée / demande de renseignements à la rotonde mais peu de regards s'attardant sur l'espace).

... au niveau de l'organisation matérielle de l'espace architectural, qualité, composition commerciale définissant la spécialité marchande,

... au niveau de l'organisation des éléments "positifs" de l'espace à l'égard des caractéristiques des flux,

... au niveau des pratiques et des attitudes des différents groupes sociaux qui investissent l'espace commercial (analyse socio-sociologique des divers types de publics, notamment dans deux lieux clés : la rue Vivienne, la Galerie).

Plus précisément les observations effectuées selon ces trois niveaux visent à repérer l'existence de situations différentes de celles qui sont, en premier lieu, liées à la fonction de distribution de marchandises (fonction originelle de l'espace).

... La Galerie marchande : éléments "positifs" de l'espace
Sur ce point, une description détaillée a été faite dans l'étude sur Mireuil, dans un document qui est en cours de révision.

La structure générale de l'espace de la galerie marchande peut se résumer en de grandes lignes "clé", selon une

— ANNEXE 4 —
OBSERVATIONS DES PRATIQUES ET
ATTITUDES AU CENTRE COMMERCIAL
CARREFOUR A VITROLLES

NOTE : Ce texte a été rédigé à l'occasion d'une étude sur "Vitrolles : pratique des espaces publics. Centralité urbaine et espace hypercommercial". Il ne fait donc pas jouer nos catégories d'analyse de la même manière mais permet cependant de mettre en perspective les données vitrollaises par rapport à nos autres terrains. Il apporte, en outre, des données complémentaires.

Saisir et comprendre les différences dans la manière dont les vitrollais pratiquent l'espace du centre commercial, avant de s'attacher aux représentations qu'ont les divers groupes sociaux de l'unité et de la "qualité" urbaine de Vitrolles, tel est l'objet de ces observations.

Elles constituent les premiers éléments de l'étude des pratiques des vitrollais dans l'espace de Carrefour et contribueront à poser le problème de "l'urbanité" de ce lieu.

Il s'agit ici de pointer, à trois niveaux de la réalité du centre commercial, les éléments susceptibles de lui permettre de s'acquitter de son "rôle urbain" :

- au niveau de l'organisation matérielle du Centre (architecture, mobilier, composition commerciale définissant la spatialité marchande),

- au niveau de l'organisation des éléments "mobiles" de l'ambiance (les grandes caractéristiques des flux),

- au niveau des pratiques et des attitudes des différents groupes sociaux qui investissent l'espace commercial (analyse micro-sociologique des divers types de publics, notamment dans deux lieux clés : le bar kiosque, le Quick).

Plus précisément les observations organisées selon ces trois niveaux visent à repérer l'existence de situations différentes de celles qui sont uniquement liées à la fonction de distribution de marchandises (fonction originelle du lieu).

A - La Galerie marchande : éléments "fixes" de l'ambiance

Sur ce point, une description détaillée a été menée dans l'étude sur Vitrolles. Nous en donnerons ici les grands traits.

La structure générale de l'ensemble de la galerie marchande peut se résumer en de grandes allées "vides", espace sans

contraste et au revêtement peu travaillé. D'autres espaces tout aussi vides se trouvent entre les caisses et les sorties.

Le mobilier consiste uniquement en :

- des bancs "ronds", aux places moulées tournées vers l'extérieur (rendant problématique tout contact avec son voisin). L'espace intérieur de ces bancs est parfois goudronné. Ils sont disposés dans l'axe central de la galerie, mis à part un, en retrait entre la galerie et l'hypermarché,
- de grandes corbeilles à papiers
- des estrades (podium d'animation).

L'équipement de service (autre que les boutiques de la galerie) se compose de :

- toilettes,
- bar kiosque,
- distributeur de billets au milieu de l'allée,
- manège (il ne fonctionnait pas le samedi après midi de notre observation),
- un service d'accueil Carrefour devant les caisses,
- stands occasionnels (promotion de maisons individuelles, Hifi...).

Mobiliers et équipements, malgré leur rareté et la pauvreté de leur traitement, sont autant d'espaces susceptibles d'être des lieux de situations particulières et identifiables autrement que comme pratiques de consommation au sens strict.

B - Elements "mobiles" de l'ambiance

Dans les espaces situés entre les sorties de caisses, les sorties sur le parking et les premiers alignements commerciaux, on constate :

- des flux rapides qui se croisent (entrées/sorties ou chariots vides/chariots pleins) et peu ou pas d'arrêt,
- peu de changements de direction, notamment pour les "chariots pleins" : la majorité se dirige vers la sortie (75% pendant une observation de 15 minutes).

Dans la galerie, on assiste à des flux linéaires, on "monte" ou on "descend" la galerie marchande suivant l'alignement de vitrines. Les seules personnes qui changent cette trajectoire sont celles qui s'arrêtent sur un banc, à la billetterie ou qui se rencontrent. Rares sont celles qui, attirées par une vitrine, rompent la linéarité.

Monter et descendre la galerie est une pratique courante chez les adolescents (et parfois chez des moins jeunes) : sans faire nécessairement les vitrines, ils déambulent.

D'autre part l'analyse des déplacements et de la direction des personnes munies de chariots, à un moment où l'équilibre se fait entre usagers avec et sans caddy (samedi 14H30), si elle révèle un lien avec les lieux de parking, montre aussi l'existence de stratégies différentes. On constate en effet que

certaines personnes garées du côté opposé à l'hypermarché font la galerie marchande en regagnant leur voiture (chariots pleins), alors que d'autres garés près de l'hypermarché (du moins c'est par là qu'ils rentrent) font la galerie avant leur courses (chariots vides).

Sur ce point, on note que le lien, surtout le samedi, entre les achats à l'hypermarché et "faire la galerie", repéré à travers les "stratégies du caddy", laisse peu de latitude dans le choix des pratiques. En effet, chaque seuil de boutiques témoigne de l'embaras créé par le caddy et de la capacité de celui-ci à limiter les modes d'investigation des différents espaces de la galerie marchande.

C - Pratiques et attitudes des usagers

a- Approches des situations urbaines

L'objectif de nos observations était de repérer les capacités de chacun ou de chaque groupe à s'inscrire dans les lieux (divers modes de présence dans l'espace, par rapport aux autres groupes et individus, et par rapport à l'ensemble du "public" du centre).

Dans ce repérage, il ne s'agit donc pas seulement de prendre en compte les relations pleines (inter-connaissance, rencontres...), mais de saisir et d'analyser les modalités d'"être ensemble" dans un espace particulier. On citera, par exemple, la dimension spectaculaire attenante aux pratiques urbaines (parade mais aussi, plus simplement, "comparution"), l'absence au flux ("se laisser porter"), la convivialité (familiarité à un lieu et avec ses occupants).

Se dessine là une diversité de situations possibles et une certaine approche de l'urbain, de la qualité urbaine des lieux autour de laquelle s'organisent nos observations.

Une première caractéristique de l'urbain serait la diversité de ces situations que ménage un même lieu. Compte tenu du fait que n'importe quelle situation ne peut advenir dans n'importe quel lieu (pas de pratiques de convivialité dans un hall de gare par exemple), il nous a paru essentiel de distinguer, à l'intérieur du centre commercial, les lieux laissant peu de choix de ceux ménageant une diversité de situations.

Pendant, un éventail diversifié d'attitudes ne suffit pas pour qualifier un espace d'urbain. Ce qui importe tout autant, c'est le choix pour une même personne entre différentes attitudes (ou rôles) dans un même espace. Il s'agira donc de repérer l'absence ou la présence de possibles changements d'attitudes et de rôles.

b- Observations

1- Quatre publics, quatre manières d'être

Notons, au préalable, que les modes de fréquentation (qui définissent un troisième élément de l'ambiance de la galerie) témoignent d'un rythme (selon le jour de la semaine et le moment de la journée) qui peut rendre compte de l'existence d'appropriations différenciées de l'espace du centre commercial. Cette réalité sera à prendre en considération, d'autant plus que l'on a observé le même phénomène dans d'autres centres commerciaux en Villes Nouvelles.

La galerie, espace familial (le samedi après midi)

La finalité du déplacement étant les achats à l'hypermarché (voir ci dessus), nous nous sommes intéressés aux personnes qui traversent la galerie (groupes familiaux donc : parents + enfants ou éventuellement plusieurs adultes accompagnés d'enfants).

Leur rythme lent est motivé, à notre avis, moins par un désir de flâner que par les contingences d'un déplacement à plusieurs et avec un caddy. En effet, on fait peu les vitrines, on change peu de direction.

Cette déambulation s'accompagne d'attitudes "relâchées" (par opposition à la mobilisation de soi qui est de mise en ville) :

- on se soucie peu de sa tenue vestimentaire (le registre de la "comparution" est absent),

- le "territoire" familial semble clos sur lui même, connecté avec l'espace intime du foyer :

- * De fait les éléments qui ont traits à la comparution s'effacent. Le contenu du caddy est visible de tous, si bien que le souci de ménager des "réserves d'informations" (1) n'est pas de mise.

(1) Cette notion est empruntée à E. Goffman ("La mise en scène de la vie quotidienne", T. II, "Les relations en public").

* De plus les empiètements de territoire semblent peu problématiques (empiètements qui ne sont pas généralement de l'ordre du contact physique) : s'il n'y a pas de réserve, pas de coups d'oeil indiscrets ; les cris des enfants ne semblent pas gêner .

En un mot, ces modes de déambulation pourraient définir la galerie comme un ensemble de trajectoires familiales inattentives les unes aux autres.

Les adolescents

On reparlera de leurs pratiques à propos de l'analyse du Quick. Notons ici que pour eux le centre commercial est un lieu de sociabilité (rendez vous, rencontres etc) et d'affirmation de soi (parades, investissement "conquérant" de l'espace). Leur manière d'être peut se définir par opposition à celle des groupes familiaux :

- contrairement à l'attitude relâchée, ils jouent plutôt sur une exposition et donc sur une mobilisation de soi,
- quant au rapport à l'espace familial, il s'agit d'une rupture temporaire et non d'une transposition.

Les employés en semaine, le midi

En premier lieu, ils fréquentent le centre pour sa fonction de restauration. Cependant, un grand nombre d'entre eux flânent à l'intérieur de la galerie, font du "lèche vitrines", s'arrêtent sur un banc, repartent, saluent des collègues... Tout un ensemble d'attitudes qui se démarque de l'attrait premier (restauration) et qui laisse à penser que le lieu est aussi fréquenté pour lui même.

Les personnes seules

Certaines d'entre elles ont un mode de présence proche de situations bien spécifiques à la ville : l'absence au flux.

Aux heures de pointe, elles se "laissent porter" par la foule, se livrant à la lecture d'un journal ou à l'observation des gens qui passent, pendant de longs moments.

Une analyse plus précise de la composition des "rôles" est abordée dans la description de deux lieux clés de la galerie marchande.

2 - Analyse micro-sociologique de deux lieux clés

Le bar kiosque

Il possède, à notre avis, les caractéristiques d'un zinc de gare :

- dans sa composition et son fonctionnement (absence de terrasses et donc absence théorique de "filtres" quant à l'accès au comptoir, pour les femmes par exemple ; restauration toute la journée ; fonctionnalité et rapidité),
- par sa situation entre l'hypermarché et la galerie (lieu de passage).

Les compositions du public semblent être essentiellement fonction du jour et du moment de la journée :

- le samedi midi, quelques personnes seules et des groupes de deux (amis, couples) ou plusieurs personnes (familles). Certains y viennent avec leur caddy plein. On ne reste pas longtemps.
- le samedi après midi, ce sont plutôt des hommes jeunes (20-30 ans) dont quelques uns restent assez longtemps.
- en semaine, à l'image de la galerie, on trouve une proportion importante d'hommes seuls ou à deux. Le taux de rotation au comptoir est inférieur à 5 minutes.
- le midi, il y a des employés travaillant aux alentours.

Enfin c'est un endroit que l'on peut fréquenter indépendamment de la galerie (cigarettes et restauration aux heures hors repas).

Malgré cette diversité de publics et de leurs modes de présence, on notera que ce bar ne fonctionne ni comme "bistrot" (absence de relations de convivialité entre clients et avec les serveuses) ni comme café ou brasserie (absence de places identifiables et de discriminations sauf pour les femmes seules).

Il semble être un équipement drainant, à part quelques exceptions, un partie des clients de l'hypermarché. A côté du rôle "consommateur pressé", peu ou pas d'alternatives.

Le Quick

C'est peut-être le lieu qui condense le plus de situations et de manières d'être proprement urbaines.

Son ouverture sur le parking laisse le loisir de le fréquenter indépendamment du centre commercial. A l'inverse, sa disposition vis à vis de la galerie permet de considérer celle ci comme une "scène" observable depuis des "niches d'observation" que sont les tables situées à l'entrée à gauche et depuis l'estrade frontale.

A l'intérieur, le mobilier est travaillé et rappelle parfois celui des cafés (miroirs, lithographies).

Enfin, l'existence d'un "devant" et d'un "derrière" laisse possible tout un jeu d'appropriations différenciées.

Au premier abord le Quick apparaît comme un lieu fréquenté pour lui même (à l'heure des repas, parmi les gens qui mangent, très peu font des courses, à l'inverse de la cafétéria Carrefour ; certaines personnes entrent et sortent par la porte donnant sur le parking) et comme un lieu de sociabilité (rendez-vous, rencontres, ...). C'est un endroit où l'on peut rester un long moment.

Si l'on se concentre sur ce qui se passe à l'intérieur et sur les pratiques qui s'y déroulent, on a le sentiment d'une relative autonomie vis à vis du centre commercial. C'est l'après midi que l'on a repéré, de la manière la plus évidente, son fonctionnement.

Appropriations différenciées

A priori, il n'y a pas de barrières à franchir pour y pénétrer (ouverture, clarté), néanmoins certaines personnes consultent la carte avant d'entrer ou de repartir. On sait tous que c'est aussi un moyen de scruter ce qu'il se passe à l'intérieur.

A l'intérieur précisément, les modes d'occupations varient selon le statut (âge, habitués ou non ...) :

- les personnes âgées, de manière systématique, s'installent à gauche de l'entrée. Occupation discrète et connectée avec le flux de la galerie (qui s'offre comme scène, mais aussi comme bain par lequel on est porté).
- la plateforme est occupée par des jeunes qui observent la galerie, attitude qu'ils rendent visible.
- les habitués (ou du moins ceux qui endossent un tel rôle : les adolescents) occupent diverses positions mais sont les seuls à se mettre au fond lorsqu'il est vide, et à changer de table.
- Les couples, les familles s'installent plutôt à l'entrée.

Espace de sociabilité pour les jeunes

Lieu de rendez-vous et de rencontres donc, il fonctionne aussi comme sas par lequel on passe avant d'aller flâner dans la galerie (et où l'on revient éventuellement avec quelques achats), et comme poche de convivialité (qui se mesure à la familiarité, affichée, au lieu : changements de table, saluts aux personnes connues...).

Cependant, cette autonomie vis à vis du centre commercial est toute relative : il y a autonomie des pratiques vis à vis

de la fonction de distribution et non vis à vis du lieu. Le Quick est implanté dans le centre commercial, et s'il fonctionne comme espace urbain, c'est qu'il ménage un circuit connexe à la galerie. A ce titre, on y adopte d'autres attitudes, d'autres rôles, on profite d'une autre ambiance : les différents aspects que nous avons décrits prennent sens dans leur conjugaison aux attitudes, rôles et ambiance propres à la galerie.

NOTES DE RECHERCHE est une publication du Département
"Etudes Urbaines" du C.E.R.C.L.E.S.

DERNIERS OUVRAGES PARUS :

N°1 :

"1000 Jeunes / 1000 Avenirs. La place d'un service municipal urbain multifonctionnel : Réseaux de sociabilité et nouvelles technologies", 91 pages. Philippe CHAUDOIR et Richard CAGNASSO, CRES/CNRS/EHESS, GERM/CNRS. 1987.

N°2 :

"1000 Jeunes / 1000 Avenirs. Inscription locale des nouvelles technologies et insertion sociale des jeunes : une relation problématique", 78 pages. Philippe CHAUDOIR et Rémy-Pierre DUPIN, CRES/CNRS/EHESS, 1987.

N°3 :

"Belsunce, quartier ou centre ? ", 133 pages, Philippe CHAUDOIR et Marie-Hélène POGGI, CERPE/CERCLES, 1987.

N°4 :

"Communication, nouvelles technologies et espace régional", 111 pages, CERCLES/Région Provence-Alpes-Côte d'Azur, 1987.

N°5 :

Recueil d'articles sur la communication et l'espace social. CERCLES 1987-1988.

N°6 :

"Aménagement et espace régional : l'aire métropolitaine marseillaise. La nouvelle donne des politiques de gestion urbaine", CERCLES 1987-1988.

N°7 :

"La ferme urbaine", 85 pages, Sylvia OSTROWETSKY, Bernard BARILERO, Jean-Samuel BORDREUIL, Philippe CHAUDOIR et Pierre-Louis SPADONE, EDRESS/CERCLES, 1988.

Pour obtenir ces ouvrages, adressez vos commandes à :

C.E.R.C.L.E.S.

10, Place Ramus

13100 AIX EN PROVENCE

(TEL : 42.27.26.79.)

Libellez vos règlements à l'ordre de CERCLES (90 Frs TTC + 10,90 de port).

BANQUE : CREDIT MUTUEL - 4, Place des Chapeliers

13100 AIX EN PROVENCE

N° COMPTE : 00017184340 Clé RIB : 47

Code Banque : 15889 Code Guichet : 08992

NOTES DE RECHERCHE



Publication du Département Etudes Urbaines du CERCLES
10, Place Ramus
13100 AIX EN PROVENCE
TEL : 42.27.26.79.

CENTRE D'ETUDES ET DE RECHERCHE EN COMMUNICATION,
LANGAGES ET ESPACE SOCIAL