



HAL
open science

De l'impossible espace public à la publicisation des espaces privés

Bruno Sabatier

► **To cite this version:**

Bruno Sabatier. De l'impossible espace public à la publicisation des espaces privés. Guénola Capron et Nadine Haschar-Noé. L'espace public urbain : de l'objet au processus de construction, Presses Universitaires du Mirail, Toulouse, pp.276, 2007, Villes et territoires. halshs-00348031

HAL Id: halshs-00348031

<https://shs.hal.science/halshs-00348031v1>

Submitted on 18 Dec 2008

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.

De l'impossible espace public à la publicisation des espaces privés

Bruno SABATIER

CIRUS-Cieu, Université Toulouse-le Mirail

Les propositions présentées dans cet article résument les résultats d'une réflexion qui synthétise et formalise des analyses ébauchées récemment en sciences sociales, et surtout en géographie, autour des relations entre privé et public dans nos sociétés urbaines contemporaines. C'est précisément l'usage croissant du terme de *publicisation* en complément de celui de *privatisation* pour analyser les pratiques sociales des espaces qui impose d'asseoir les fondements théoriques de ces processus croisés. En raison de l'ampleur du champ analytique qu'ils embrassent, une nouvelle analyse des espaces de consommation en constitue pour le moment l'application la plus privilégiée parmi d'autres possibles, que nous présentons donc brièvement ici à la suite des propositions.

LE ROLE IDÉAL STATO-NATIONAL DE L'ESPACE PUBLIC

L'histoire du couple conceptuel public/privé montre qu'il fonde dès l'antiquité gréco-romaine une dichotomie opposant deux sphères d'action : celle du politique et celle du particulier. La notion de public a été en effet consacrée pour qualifier la démocratie athénienne comme un pouvoir exercé par tous (Arendt, 1981). Si la *polis* grecque renvoyait à un complexe sémantique qui rassemblait à la fois les idées d'ensemble des citoyens, d'Etat démocratique et de Cité (Hansen, 2001), la civilisation romaine a réduit ce complexe avec le terme *publicus*, venant désigner la « chose publique » (la *res publica*) c'est-à-dire les affaires de l'Etat romain (Brisson *et alii*, 2000). Héritant de la civilisation romaine, les sociétés occidentales ont intégré par la suite cette identification du public à l'Etat au travers de l'affirmation des Etats-nations modernes comme pouvoirs publics. Depuis le public est identifié à la puissance publique alors que par opposition le privé est identifié au particulier, essentiellement les individus qualifiés de *personnes privées* selon la terminologie juridique. Cette double identification se matérialise dans l'espace par l'opposition entre le domaine public de l'Etat et l'ensemble des espaces de propriété privée des particuliers.

Au milieu du XIXe siècle, la notion de domaine public est devenue l'instrument juridique qui vise à donner corps à la conception nationale de « l'être ensemble » ou du « faire société » au travers des usages des espaces relevant du domaine public, avec la reconnaissance de l'affectation des espaces de propriété publique à l'usage dit « public » (Proudhon, 1853). Ainsi comme le rappelle le juriste J. Dufau, lorsque la domanialité publique a été instaurée « *elle s'appliquait aux biens faisant l'objet d'une utilisation collective, c'est-à-dire réalisée d'une manière commune et anonyme par la totalité ou la quasi-totalité des administrés* » (2001 : 16). La théorie juridique rejoint ici à la fois la philosophie, les sciences politiques et les sciences sociales puisque comme le déclare le juriste C. Laviolle : « *toute collectivité humaine a besoin, pour exister en tant que telle, d'un espace ouvert, lieu des échanges sociaux et aussi métaphore de l'unité du groupe* » (1996 : 16). L'invention du domaine public rassemblant les espaces de propriété publique ouverts à tous les membres de la société nationale vise en tout cas à concrétiser l'idéal propre à l'Etat-nation de la « communauté imaginée » décrit par B. Anderson (1983), en particulier au travers des espaces urbains traditionnels de propriété publique, places et rues principalement (Chivallon, 2001 ; Salcedo Hansen, 2002 ; Sabatier, 2002). Les prolongements de cette idéologie nationale se manifestent dès la seconde moitié du XIXe siècle dans la nécessité d'instaurer des « services publics » puis au XXe siècle dans le développement d'autres notions justifiant le pouvoir d'action exorbitant de l'Etat telles que celles d'« utilité » ou d'« intérêt » « général » ou « public ». Cette invention française se diffusa ensuite dans les nombreux pays occidentaux qui ont adopté le modèle républicain.

Inversement depuis l'article 17 de la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen lui aussi promu à un succès international, les espaces de statut privé concrétisent le caractère personnel et donc excluant de la propriété privée (Azuela, 1995 ; Vincent, 1997), qui régit aussi la troisième catégorie juridique d'espace, celle du domaine privé (Laviolle, 1996).

Cet ensemble de significations spatialisées du public et du privé qui structure nos sociétés occidentales et qualifie leurs espaces s'est ainsi consolidé au travers de leur histoire et fut reconduit jusqu'à aujourd'hui par l'intermédiaire du droit. Mais d'autres grandes significations du public forgées successivement par la philosophie politique et les sciences sociales viennent se surimposer aux précédentes en qualifiant les espaces de façon moins précise, non absolue.

L'IMPOSSIBLE DÉFINITION ABSOLUE DE L'ESPACE PUBLIC

La première signification du public est celle du complexe sémantique grec tournant autour de la notion de *polis* qui renvoie aux affaires publiques ou communes, à la sphère publique politique ou encore à l'espace public politique - l'espace étant entendu là dans un sens métaphorique de domaine ou de sphère d'action -, autant de variantes de la même acception largement utilisée en philosophie ou en sciences politiques et ainsi résumée par J.-M. Ferry : « *la communauté politique est en même temps un espace public* » (1992 : 109). Il s'agit donc d'un ensemble d'actions dites *politiques* parce qu'elles aboutissent à l'association et à l'organisation d'un ensemble d'individus. Les affaires publiques étant devenues celles de l'Etat et non plus du peuple comme chez les Grecs, cette signification première du public comme exercice de la citoyenneté s'est renouvelée à partir du siècle des Lumières selon des échelles distinctes d'expression de la communauté politique. C'est ainsi qu'il est possible de comprendre historiquement l'émergence de divers espaces publics politiques dégagée par la théorie habermassienne : ils se sont d'abord déclinés pour désigner en deçà de l'échelle de la communauté politique nationale qu'est l'ensemble des citoyens, les activités associant à une échelle inférieure tout groupe d'individus, dès que ces activités sont de nature politique c'est-à-dire que ces individus agissent et débattent en citoyens pour le « bien commun », avec un objectif non pas commun à eux seuls mais plus largement commun à l'ensemble de la société à laquelle ils appartiennent, qu'elle soit considérée comme peuple ou comme nation (Arendt, 1981 ; Habermas, 1986). J. Habermas (1992) a en effet reconnu que les activités de réunion et de discussion tendant vers la constitution d'une opinion libre non contrôlée par l'Etat monarchique - elle aussi souvent qualifiée de « publique » -, avec pour référents majeurs les idées de démocratie et de liberté individuelle, n'étaient des activités strictement propres aux cercles de la bourgeoisie qu'au XVIIIe siècle. A partir de la Révolution la « sphère publique bourgeoise » se serait très vite étendue au peuple au travers des activités politiques menées par tous les regroupements sociaux non institutionnalisés qui ont au cours des XIXe et XXe siècles dans les pays occidentaux, participé aux multiples transformations politiques : cercles de pensée, syndicats et associations civiles en particulier. Habermas les définira en effet comme autant d'« espaces publics partiels » (1992), son raisonnement postulant que le caractère « public » de ces activités, défini au sens kantien comme la *publicité*, est d'autant plus important que ces regroupements s'associent dans un débat de nature politique élargi à

l'échelle des Etats-nations mais également au-delà. Cette analyse trouve donc ensuite ses prolongements à concernant les entités politiques supra-nationales comme l'Europe ou l'ONU (Habermas, 2000).

Pour être fortement métaphoriques et chargées d'idéalisme politique (Cottureau et Ladrière, 1992), ces acceptions politiques multiscalaires de l'espace public sont largement déspatialisées et ne permettent donc pas de caractériser l'espace selon un certain degré de publicité politique (Tomas, 2001 ; Blanc, 2001 ; Jolé, 2002). La confusion est pourtant prégnante au regret de ces trois auteurs parmi d'autres. Elle se voit en outre renforcée parce que les sciences sociales ont repris cette lecture idéaliste pour forger la principale acception sociale de l'espace public comme analyseur du « faire société ».

Celle-ci correspond à un consensus établi principalement entre les sociologues (Dussart, 2001) et les géographes (Lévy, 2003) sur la définition de l'espace public en termes d'accessibilité, indépendamment du statut juridique de l'espace lié à sa propriété. L'anthropologie également, dans sa branche urbaine en particulier, définit globalement de la même façon l'espace public (de la Pradelle, 2001 ; Giglia, 2001). Or la notion d'accessibilité réinvestit l'enjeu sociopolitique du « faire société » en renvoyant à l'anonymat comme le précise J. Lévy : « *Un espace public devient possible à partir du moment où ceux qui s'y trouvent peuvent et doivent penser que tous les autres membres de la société pourraient l'y côtoyer. L'espace public a la capacité de résumer la diversité des populations d'une société.* » (2003 : 336) Dans cette acception transdisciplinaire, l'espace public, parce que son « public » est entendu comme *tous* au sens de tous les individus possibles au sein d'une société, est le lieu par excellence de la coprésence dans l'anonymat et de la rencontre aléatoire, où peut se faire l'expérience à l'altérité et ainsi se forger et se consolider - mais aussi se perdre - le sentiment de l'« être ensemble » ou du « faire société » (Jaillet, 1997). Cette charge idéale de cet espace socialement « public » est son intérêt mais en même temps aussi son problème. Si l'on veut qualifier un espace dans cette perspective, à partir de quel degré d'anonymat et d'hétérogénéité sociale doit-on considérer qu'y advient une certaine publicité, qu'il serait un tant soit peu « public » ou jusqu'où devrait-il rester « privé » ? En effet à l'extrême il serait même possible d'inverser la graduation commune de la publicité des espaces affinée par J. Lévy (2003) en considérant la maison comme « espace public » lorsqu'elle s'ouvre au public (Ghirardo, 1997) et la rue comme « espace privé » lorsqu'elle est appropriée par un groupe social particulier. Même en fixant des limites sur un continuum ou une gradation allant du plus intime au plus anonyme comme J. Lévy (2003), on se rend compte déjà qu'il reviendrait d'abord à chaque discipline d'établir qu'en dessous ou à partir

d'un certain degré un espace doit être considéré comme socialement « privé » ou « public ». Du reste cet exercice semble non seulement difficile mais réducteur dans la mesure où il abouti à établir des catégories strictes et fixes selon une logique aristotélicienne dont G. Capron et J. Monnet ont montré les limites lorsqu'on l'applique aux faits sociaux (1999). En effet, la publicité d'un espace devrait logiquement varier selon les cultures puisque chaque société présente en elle-même une hétérogénéité sociale distincte, et il est évident qu'elle varie aussi dans le temps.

Force est donc de constater qu'il n'y a pas plus de définition absolue de l'espace public en sciences sociales qu'en sciences politiques puisque subsiste un caractère idéal renvoyant au « faire-société » qui se concrétiserait dans les pratiques sociales quotidiennes de l'espace. Peut-être serait-il possible de considérer avec M. de la Pradelle que l'espace public n'existerait alors qu'en pratique : « *Le caractère public d'un espace n'est jamais de l'ordre d'une qualité intrinsèque, ce sont les pratiques des acteurs qui l'instaurent comme tel. Il ne s'agit donc pas d'élaborer un modèle abstrait ni de qualifier des espaces mais de décrire concrètement comment, dans une situation d'observation anthropologique précise, les acteurs vont agir de telle sorte qu'un monde en rupture avec les règles de la vie sociale habituelle se mette en place, un monde où l'on se reconnaît pour un temps donné et une activité commune, comme des semblables.* » (2001 : 182) Cependant si l'on ne peut qualifier un espace de « public » qu'en référence à une situation sociospatiale précise dont il reste à démontrer dans quelle mesure elle participe à l'idéal du « faire société », beaucoup de précisions seraient pour cela en même temps nécessaires, allant de l'idéal de société convoqué aux méthodes d'enquête et d'analyse des pratiques employées en passant par l'approche privilégiée.

En tout cas cet impossible absolu de l'espace public incite déjà à ne pas le considérer comme un véritable concept sociospatial, d'autant plus que cela permet en outre d'éviter toute réification et surtout mythification, qui sont les premiers travers en la matière comme l'expliquent V. Berdoulay, I. Castro et P. Da Costa-Gomes (2001). L'espace public semble déjà rester une réalité plus précise et stable dans sa définition juridique comme espace du domaine public¹, qui ne lui enlève pas pour autant sa charge idéale en terme de « faire société » mais la réduit seulement à l'enjeu de la cohésion stato-nationale. Les confusions terminologiques entre les qualifications juridique et sociale conviennent enfin de la nécessité d'élaborer une grille de lecture sociospatiale claire qui redynamise la dialectique entre normes et pratiques sociales, mais en conservant la terminologie juridique.

¹ La permanence des statuts juridiques semble s'opposer à la variabilité de la pratique sociale bien qu'elle soit relative en raison des changements de régime de propriété par acquisition, cession ou encore concession.

L'INCOMPATIBILITÉ DES GRILLES DE LECTURE SOCIALE ET JURIDIQUE : VERS LE CHOIX DE LA QUALIFICATION JURIDIQUE

Il n'est certes pas dénué de risque de tirer toutes les conséquences de cette impossibilité à définir socialement l'espace public, sans doute parce que cela impliquerait de renoncer à son rôle de notion transdisciplinairement polysémique (Capron, 2002) ou du moins d'en apprécier autant les inconvénients à décrire le réel selon une approche précise que les avantages à revendiquer un idéal sociopolitique qui fait consensus dans l'ensemble des sciences sociales (Salcedo Hansen, 2002 ; Sabatier, 2002). Pourtant ces inconvénients se sont de plus en plus manifestés par des confusions terminologiques lorsque l'usage de la notion d'« espace public » s'est généralisé au cours des années 1990. En dehors de la difficulté de distinguer d'emblée les inspirations tantôt politiques tantôt sociologiques de chaque auteur, c'est la confusion entre qualification sociale (en terme de « faire société ») et la qualification juridique qui nous retient ici. La juriste V. Héméry a expliqué que les notions juridique de domaine public et sociale d'espace public « *ne se recourent pas* » puisque « *la première notion est nettement délimitée parce qu'elle implique l'application d'un régime juridique spécial alors que la seconde est beaucoup plus large [...]* » (2001 : 55). Ainsi de même que le droit reconnaît l'existence légale et illégale sur le domaine public de nombreux usages privés (souvent dits « privatifs »), c'est-à-dire servant des intérêts individuels et collectifs distincts de l'intérêt général (Lavialle, 1996 ; Dufau, 2001), de nombreux auteurs ont souligné l'existence dans des espaces privés d'usages qu'ils qualifient de « publics ». Logiquement ces usages sont surtout remarqués à propos des espaces privés ouverts au public, catégorisés par le droit comme « établissements recevant du public » (ERP), dont la diversité est rarement signalée alors qu'elle est impressionnante. Or l'affirmation du secteur privé dans la production urbaine, en aboutissant à leur multiplication, a conduit certains à considérer qu'il s'agissait d'un développement des « *espaces publics détenus par le secteur privé* » (Ghorra-Gobin, 2001 : 9). D'autres parlent volontiers d'« *espaces publics/privés* » (Gravari-Barbas, 2001), jouant ainsi sur les deux registres à la fois. Le développement de certains espaces privés ouverts à des publics limités a été aussi interprété comme une « *privatisation des espaces publics* » (Sorkin, 1992 ; Davis, 1997). Si les modalités de la coprésence sociale dans des espaces de statut juridique privé peuvent être aussi révélatrices de l'urbanité que dans les espaces de statut public, surtout dans la mesure où les premiers se développent en accueillant de plus en plus d'individus, l'exigence de clarté voudrait que le chercheur qui creuse cette

problématique précise au moins les origines et les présupposés des définitions diverses et contradictoires qu'il utilise mais ce n'est pas toujours le cas.

Ces confusions font donc ressortir une incompatibilité des grilles de lecture sociale et juridique puisque le paramètre du statut ou du régime de propriété recoupe peu celui de l'accès autorisé. Certes l'intersection des deux notions correspond aux espaces de statut public affectés à l'usage par tous les membres de la société conformément à l'idéal stato-national du « faire société ». Mais l'effectivité de cette correspondance heureuse resterait à vérifier au cas par cas et à chaque moment donné alors que pour l'ensemble des espaces, quel que soit leur statut juridique, dans les faits au quotidien, les pratiques et les usages instaurent une publicité plus ou moins importante ou inversement privatisent un espace en se l'appropriant, avec une grande variabilité potentielle culturelle et temporelle.

Quelle solution alors adopter pour que ces espaces publics « dont on parle » représentent bien quelque chose de fixe et clair, c'est-à-dire qui, en plus d'éliminer ces confusions, évite un décodage systématique de la position de l'auteur, de savoir « d'où il parle » comme le demande P. Bourdieu (2001) ? Nous avons vu que la qualification juridique recouvre une réalité assez stable qui n'évacue pas pour autant l'enjeu idéal du « faire société ». Par ailleurs, les statuts juridiques des espaces traduisent la permanence d'un système global fixe, cohérent avec lui-même malgré de nombreuses contradictions, et surtout opérationnellement effectif qui n'est pas près d'être remis en cause dans de nombreux pays héritant de la culture occidentale : celui de la division de la société entre sphères publique et privée (Arendt, 1981 ; Legendre, 1983) et partant de la division du droit entre droits privé et public, et des espaces de propriété publique et privée. Ce système est aussi normatif, autrement dit conditionne les pratiques sociales, et ce de manière autant indirecte par les représentations collectives et individuelles, que directe par l'application des normes (plus ou moins codifiées) liées aux statuts et fonctions des espaces au travers de moyens physiques et humains de contrôle social. Il ne s'agit là pas plus de verser dans un déterminisme normatif de l'espace que de nier leur influence mais précisément de comprendre dans quelle mesure elles conditionnent au cas par cas les pratiques sociales. Afin de prendre en compte ces mécanismes et ces enjeux sociospatiaux découlant de la division public/privé des sociétés occidentales, il paraît indispensable de commencer à réhabiliter le rôle du droit dans nos sociétés et nos pratiques quotidiennes en conservant les qualifications juridiques de l'espace.

L'incompatibilité des grilles de lecture sociale et juridique, une fois acceptée en rétablissant un certain équilibre de leurs rapports de force, est alors à dépasser en trouvant le moyen de les faire fonctionner ensemble pour conserver leurs intérêts respectifs. S'il est facile

de reprendre la terminologie juridique pour valoriser les logiques d'action et les représentations sociales liées à la catégorisation juridique des espaces (en distinguant les espaces de propriété privée des particuliers, du domaine public et du domaine privé), il reste par contre à asseoir une autre terminologie que celle en terme d'« espace public et d'« espace privé » pour prendre en compte les pratiques sociales dans toute leur complexité, c'est-à-dire moins pour définir dans chaque situation sociospatiale un certain degré de publicité que pour rendre compte des processus sociaux qui requalifient les espaces à plusieurs échelles.

LA DYNAMIQUE GEOGRAPHIQUE DES PROCESSUS CROISÉS DE PRIVATISATION/PUBLICISATION DES ESPACES

Certes, « *l'approche en terme de processus ne doit pas occulter que ceux-ci se cristallisent, à un moment donné, dans des situations plus ou moins stabilisées* » (Fauré et alii, 2004 : 9). Mais cette cristallisation instable a été suffisamment valorisée en favorisant parfois ce qui paraît être un faux essentialisme, c'est-à-dire un discours sur des prétendus états ou réalités fixes de ce que seraient l'« espace public » et l'« espace privé ». Dans la perspective de réflexions collectives engagées précédemment il est donc apparu qu'il s'agissait plutôt de réinvestir le caractère évolutif et mouvant de la pratique sociale, ce qui revient en quelque sorte à chercher à saisir le sens du mouvement du curseur sur le continuum public/privé. L'idée est de raisonner en terme de processus croisés de publicisation et de privatisation des espaces par les pratiques sociales, quel que soit leur régime de propriété (privé ou relevant du domaine public ou privé de l'Etat). Cela revient bien à (super-)poser deux plans distincts mais interdépendants, l'un juridique servant de base lexicale et normative, et l'autre sociospatial permettant d'analyser les situations, pour se consacrer à l'interaction pratique entre les deux, c'est-à-dire entre les normes dérivant du statut juridique et les appropriations ou les conflits d'usage de l'espace. L'intérêt de cette interprétation est ainsi d'intégrer les deux grilles de lecture dans un raisonnement dynamique autorisé par le suffixe *ation*, qui prend en compte les influences respectives à la fois des normes relatives aux statuts et fonctions des espaces et des pratiques sociales dans la tentative de caractérisation de leur degré de publicité².

² Par symétrie il s'agit en même temps de chercher à caractériser le degré de privauté, mais ce mot ayant déjà un signifiant différent, cela demanderait de créer le néologisme *privacité* qui serait l'équivalent français des termes anglais *privacy* et espagnol *privacidad*.

Le terme de privatisation a déjà été largement appliqué aux pratiques sociales des espaces en sciences sociales. Synthétisant un ensemble de travaux, le géographe C. Dessouroux s'est attaché récemment à montrer que les mécanismes de privatisation sociale des espaces consistent en une restriction de leur fréquentation et de leurs usages (2003). Sa grille de lecture sociospatiale du public et du privé évalue le degré de publicité d'un espace par rapport à trois critères : le régime juridique de propriété, l'accessibilité (plus ou moins universelle ou restreinte, correspondant donc à la fréquentation sociale en terme de composition sociale), et la régulation (plus ou moins permissive ou contraignante, correspondant donc aux normes). Considérant avec G. Capron (2004) que l'accessibilité sociale est à évaluer en termes de diversité à la fois de la composition sociale et des usages, et qu'elle dépend aussi des normes, il peut sembler préférable d'en rester à raisonner plus simplement en terme de dialectique entre les normes et les pratiques sociales des espaces. Quoi qu'il en soit pour préciser le degré de publicité, l'accord s'établit sur les mêmes paramètres utilisés aussi par J. Lévy (2003) de la diversité sociale des pratiques et des usages propre à un contexte socioculturel : la publicité d'un espace est ainsi toujours rapportée à une société particulière dans laquelle il s'inscrit. En décrivant donc la privatisation d'un espace comme une restriction de sa diversité sociale, la grille de lecture se construit alors par symétrie et la publicisation vient désigner le mouvement de diversification sociale d'un espace. Qu'elle n'ait pas été le pendant aussi commun de la notion de privatisation est sans doute la preuve de certaines évolutions de nos sociétés vers le pôle privé largement commentées depuis plusieurs décennies par divers auteurs à partir de perspectives diverses (Tassin, 1992 ; Hirschman, 1995 ; Elias, 1997 ; Ghorra-Gobin, 2001). Cela ne doit cependant pas nous obliger à raisonner de façon unilatérale, créant un déséquilibre conceptuel qui risque de prédéterminer l'analyse. La notion de publicisation a déjà été mise à profit d'abord en droit, pour lequel la publicisation du droit privé constitue une problématique de longue date (Eisenmann, 1951). C'est aussi le cas en sociolinguistique par E. Landowski lorsqu'il s'est attaché à construire un organigramme des logiques croisées de « présentation de soi » (1989), et de façon assez similaire en sociologie par A. Ehrenberg pour faire ressortir « *le double processus de privatisation de la vie publique et de publicisation de la vie privée* » (1995 : 19). Dans ces trois cas - peut-être y en a-t-il d'autres - la publicisation apparaissait déjà comme un mouvement d'ouverture et de diversification. Dans cette même acception, la publicisation sociale des espaces a commencé à être dégagée par plusieurs auteurs en géographie pour signifier le processus d'augmentation de la publicité sociale d'un espace par ouverture à la diversité de la fréquentation et des pratiques sociales.

L'application urbaine de cette interprétation a été engagée par le géographe J. Monnet à partir de l'articulation de la notion de publicisation avec celle de privatisation concernant les rapports entre le commerce, l'espace public et l'urbanité : « *le commerce semble avoir, dans de nombreuses cultures, la fonction sociale particulière d'assurer massivement à la fois la présence du privé dans l'espace public (la "privatisation" mercantile de la rue, du carrefour, de la place, du monument ou de la ville) et celle du public dans l'espace privé (la "publicisation"* » (1997 : 72). G. Capron confirme cette analyse en montrant à partir du cas de Buenos Aires que « *le centre commercial, plus qu'une manifestation de la privatisation de l'espace public [...], souligne au contraire un processus de publicisation de l'espace privé, c'est-à-dire l'extension d'usages publics à un espace privé* » (2000 : 23). A. Gasnier aussi mobilise dans le même sens la publicisation à propos des centres commerciaux mais également des multiplexes et des parcs de loisirs périurbains, qu'il décrit comme « *une offre spatiale privée qui se publicise* » (2003 : 140). Cette interprétation a enfin été appliquée aux espaces ruraux dans un ouvrage dirigé par P. Perrier-Cornet : « *Si l'espace agricole - tout comme l'espace rural qui le contient- reste un espace privé, il est aussi pensé et abordé comme un espace public aux fonctions multiples. Le groupe de prospective sur les espaces ruraux de la DATAR livre le fruit original des premières analyses de ce processus de publicisation des espaces ruraux ainsi que des tensions que ce mouvement provoque*» (Hervieu, 2002 : 8).

Le double mécanisme de privatisation et de publicisation de l'espace se révèle donc adapté à l'analyse des usages et des pratiques sociales à l'aune du schéma public/privé selon le critère de la diversité sociale : par rapport à une situation antérieure et quel que soit le régime de propriété d'un espace, il se privatise d'autant plus qu'il y a restriction de la fréquentation et des pratiques et usages, et se publicise d'autant plus en s'ouvrant à un public varié, dont les pratiques et les usages sont variés.

L'INTÉRÊT HEURISTIQUE DE L'INTERPRÉTATION ILLUSTRÉ AU TRAVERS DES ESPACES DE CONSOMMATION

Il est possible de condenser en deux aspects ce qu'impose de saisir cette interprétation. A un niveau analytique, elle met en exergue l'imbrication des échelles spatiales et temporelles. Déjà à l'échelle micro d'un lieu précis, les processus sociaux renvoient à plusieurs échelles de temps court puisqu'il peut s'agir par exemple de l'échelle horaire de la privatisation d'un espace public par un groupe de jeunes qui joue au football en empêchant l'accès aux voitures voire aux autres piétons, ou bien de l'échelle journalière ou hebdomadaire de la publicisation d'un espace privé commercial correspondant aux variations quantitatives et qualitatives de la fréquentation. Au-delà de ces temporalités dites « quotidiennes », il s'agit de considérer la succession de fonctions et d'usages d'un lieu sur plusieurs années. C'est par exemple le cas à Toulouse d'anciens locaux administratifs du domaine privé accueillant du public qu'un collectif artistique du nom de Mix'Art Myris a occupé (privatisé ?) pour ensuite les ouvrir en partie à d'autres publics (les publiciser), avant qu'ils ne soient réappropriés par les autorités municipales et réaffectés à un autre service public (donc à nouveau publicisés).

A des échelles de temps plus long, annuelles ou décennales, combinées avec une focalisation spatiale sur un ensemble de lieux relevant d'un même type ou genre, il est particulièrement intéressant de comprendre les mutations sociales du lotissement, du centre commercial, de la zone de loisir périurbaine, etc. Il s'agit alors de saisir à partir de l'étude de plusieurs lieux selon une approche de microgéographie sociale, l'évolution d'un type d'espace selon une approche plus générale de géographie sociale. Pour prendre en exemple les espaces de consommation, cette interprétation permet de voir d'une autre façon la stratégie du commerce organisé entamée depuis le XIXe siècle avec les passages et les grands magasins (Péron, 2004) : non plus seulement en terme de « *disparition* », de « *privatisation* » ou de « *marchandisation des espaces publics* » (Decroly et alii, 2003) mais en terme de publicisation croissante, pour souligner qu'ils attirent et font donc se côtoyer de nombreux individus, sont des espaces quotidiennement fréquentés par des « publics » dont la quantité et la composition sociale varie en fonction de l'offre et de sa structure plus ou moins segmentée. Ce cas semble même simple a fortiori : si le petit espace de l'échoppe ne recevait que peu de monde correspondant à un type assez précis de clientèle et que certains hypermarchés ont

réunit une foule d'individus parfois très hétérogène, c'est bien que les espaces de consommation se sont publicisés en se développant, autrement dit que toute une série de pratiques et d'activités sociales se déroulent aussi dans ces espaces privés et non plus seulement dans les espaces publics. L'une des meilleures illustrations de l'ouverture croissante de ces espaces privés à des « publics » importants et à des pratiques sociales variées est le développement récent des complexes commerciaux récréatifs, qui en associant les activités sociales déjà plurielles liées au commerce à diverses activités de loisirs, augmentent la quantité et l'hétérogénéité sociale de la fréquentation et ainsi atteignent un degré supérieur de publicité. Cela a été constaté à propos des complexes commerciaux récréatifs français mais encore plus mexicains (Sabatier, 2004) : principalement l'incitation renouvelée à la promenade, au magasinage ludique, et la généralisation des spectacles et autres animations, ont clairement tendance à attirer un plus grand nombre d'individus de classe moyenne et surtout populaire, qui viennent constituer des foules parfois très denses lors des moments d'affluence habituels. Cependant dans les deux contextes subsistent toujours des mécanismes de privatisation sociale par limitation de la fréquentation et des pratiques, qui rendent nécessaire l'explicitation du rapport complexe entre privatisation et publicisation.

C'est ainsi par la compréhension de ces processus microsociaux à l'œuvre dans des lieux concrets qu'il est possible d'asseoir les analyses sur un type de lieu, et encore plus celles en terme de « faire société » à l'échelle d'une ville singulière voire de la ville en général. L'interprétation en terme de processus croisés de privatisation et de publicisation impose donc de préciser ces multiples combinaisons d'échelles spatiales et temporelles en problématisant la publicité de l'espace dans le contexte de chaque société.

Par ailleurs le cas des complexes commerciaux récréatifs montre que l'étude d'un seul objet urbain amène déjà à saisir les relations qu'il entretient avec d'autres types d'espaces de statut privé ou public généralement considérés comme socialement « publics », en l'occurrence par exemple les cafés (Capron, 1997), les lieux culturels (Ghirardo, 1997) ou encore les parcs à thème (Didier, 2001). La publicité des espaces de statut privé interroge alors celle des espaces jugés traditionnellement comme « publics » pour être de propriété publique puisque que cela n'empêche pas qu'ils soient le siège de divers processus de privatisation sociale (Decroly et alii, 2003). Inversement, il est sans doute aussi possible de mieux appréhender les types d'espaces qui semblent en être les contrepoints pour être plus facilement vus comme socialement « privés » en plus de l'être juridiquement, notamment celui des espaces résidentiels et des lieux de type « club » (discothèques, salles de sport, etc.).

Ainsi un niveau plus théorique, ce mode de raisonnement dynamique permet de mieux comprendre les grandes évolutions du rapport public/privé que connaissent nos sociétés puisqu'en donnant un cadre théorique au brouillage permanent de la distinction public/privé par la pratique sociale il relativise le paradigme négatif de la privatisation. Mais ces évolutions ne feront toujours que traduire la façon dont les pratiques et les représentations des différents acteurs (concepteurs, gestionnaires et surtout usagers) donnent pertinence à la dichotomie public/privé en qualifiant socialement les espaces. C'est dans ce sens qu'A. Semprini incite à « *rendre explicite le statut de catégories aussi théoriques que public et privé [...] puisque ces catégories sont des productions locales et incarnées engendrés par des acteurs sociaux pendant des cours d'action pratiques* » (2001 : 149).

L'intérêt heuristique général de cette interprétation, même dans son aspect le plus théorique, est donc de reposer sur l'analyse des processus de qualification sociale de l'espace.

Alors que la réflexion était confrontée à des résultats d'enquêtes sur les complexes commerciaux récréatifs en France et au Mexique, d'autres géographes ont emprunté la même voie interprétative. Nous souhaitons donc que les propositions élaborées dans cet article soient consolidées et affinées pour continuer à faire avancer de façon mieux assurée la recherche en géographie en interaction avec les autres sciences sociales. Par ailleurs, le droit reste relativement absent des sciences sociales bien que certaines recherches effectuées par des juristes s'y inscrivent parfois. La nécessité de le critiquer tout en prenant en compte son rôle normatif pour appréhender la complexité sociospatiale pourrait inciter à des rapprochements inverses entre la géographie et le droit, à l'instar également de celui effectué récemment par P. Bergel pour mieux expliquer les mécanismes d'appropriation de l'espace (2005).

BIBLIOGRAPHIE

ANDERSON B. (1983), *Imagined communities. Reflexions on the origin and spread of nationalism*, London/New York : Verso.

ARENDT H. (1960), *La condition de l'homme moderne*, Paris : Calmann-Lévy.

AZUELA A. (1995), La propriété, le droit, le logement, *Les Annales de la Recherche Urbaine*, n° 95 : pp. 5-11.

- BERDOULAY V., CASTRO I., DA-COSTA GOMES P. (2001), L'espace public entre mythe, imaginaire et culture. Mythe et géographie : des relations à repenser, *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 45, n° 126, pp. 413-428.
- BERGEL P. (2005), Appropriation de l'espace et propriété du sol. L'apport du droit immobilier à une étude de géographie sociale, *Norois*, vol. 195, n°2, pp. 17-27.
- BLANC J.-N. (2001), Voir l'espace dans l'espace public, *Géocarrefour*, n°76, pp. 59-67.
- BOURDIEU P. (2001), *Science de la science et réflexivité*, Paris : Raisons d'agir.
- BRISSON E., J.-P. BRISSON, J.-P. VERNANT, P. VIDAL-NAQUET (2000), *Démocratie, citoyenneté et héritage gréco-romain*, Paris : Liris.
- CAPRON G. & J. MONNET (1999), L'urbanité et les processus d'identification, in CAPRON G. & MONNET J. (dir.), *L'urbanité dans les Amériques. Les processus d'identification socio-spatiale*, Toulouse : Presses Universitaires du Mirail.
- CAPRON G. (1997), Les cafés à Buenos Aires. Une analyse historique de la construction sociale et culturelle de l'espace public et de l'urbanité, *Géographie et cultures*, n°24, pp. 29-49.
- CAPRON G. (2000), Rassemblement et dispersion dans la ville latino-américaine : un nouvel espace public urbain, le cas du centre commercial, *Cahiers d'Amérique latine*, n°35, pp. 21-39.
- CAPRON G. (2002), Accessibility to 'Modern public spaces' in Latin-american cities : a multi-dimensional idea, *Géojournal*, n°58, pp. 217-223.
- CHIVALLON C. (2001), Espaces publics entre équipement marchand et valeur symbolique, in GHORRA-GOBIN C. (dir.), *Réinventer le sens de la ville. Les espaces publics à l'heure globale*, Paris : L'Harmattan, pp. 133-137.
- COTTEREAU A. & LADRIERE P. (dir.) (1992), *Pouvoir et légitimité : figures de l'espace public*, Paris : EHESS.
- DAVIS M. (1997), *City of quartz : Los Angeles, capitale du futur*, Paris : La Découverte.
- DECROLY J.-M., DESSOUROUX C., VAN CRIEKINGEN M. (2003), Les dynamiques de la privatisation des espaces urbains dans les villes européennes, *Belgéo*, n°1, Bruxelles, pp. 3-19.
- DESSOUROUX C., 2003, La diversité des processus de privatisation de l'espace public dans les villes européennes, *Belgéo*, n°1, Bruxelles, pp. 21-46.
- DIDIER S. (2001), Parcs de loisirs et nouveaux espaces publics, in GHORRA-GOBIN C. (dir.), *Réinventer le sens de la ville. Les espaces publics à l'heure globale*, Paris : L'Harmattan : pp.149-157.
- DUFAU J. (2001), *Le domaine public*, Paris : Le Moniteur.

- DUSSART B. (2001), Lectures croisées : espaces et pratiques, in *Villes en parallèle*, n°32-33-34, pp. 63-65.
- EISENMANN C. (2002 [1952]), Droit public, droit privé, in *Ecrits de théorie du droit, de droit constitutionnel et d'idées politiques*, Paris : Panthéon Assas, pp. 49-107.
- EHRENBERG A. (1995), *L'individu incertain*, Paris : Calman-Lévy.
- ELIAS N. (1997), *La société des individus*, Paris : Fayard.
- FAURE B., avec G. CAPRON, F. ESCAFFRE, N. HASCHAR-NOE, B. SABATIER (2004), Introduction à la revue *Etudes et travaux de l'Ecole Doctorale TESC*, L'espace public en débat : les processus de construction, n° 4, Toulouse : UTM, pp. 7-9.
- FERRY J.-M. (1992), Qu'est-ce qu'une communauté politique ?, in COTTEREAU A. et LADRIERE P., *Pouvoir et légitimité : figures de l'espace public*, Paris : EHESS, pp. 109-127.
- GASNIER A. (2003), Multiplexes et parcs de loisirs périurbains : de nouvelles centralités ?, in M. Gravari-Barbas (dir.), *Lieux de culture, culture des lieux. Production(s) culturelle(s) locale(s) et émergence des lieux : dynamiques, acteurs, enjeux*, Rennes : PUR, pp. 135-149.
- GHIRARDO D. (1997), *Les architectures postmodernes*, Paris : Thames et Hudson.
- GHORRA-GOBIN C. (2001), Les espaces publics, capital social, *Géocarrefour*, n°76, pp. 3-11.
- GIGLIA A. (2001), Sociabilidad y megaciudades, *Estudios Sociológicos*, Vol. XIX, número 57, México, pp. 799-821.
- GOBIN C. (2002), Le discours programmatique de l'Union européenne. D'une privatisation de l'économie à une privatisation du politique, *Sciences de la société*, n°55, pp. 157-169.
- GRAVARI-BARBAS (2001), Les enclaves ludiques : le cas du Navy Pier à Chicago, in GHORRA-GOBIN C., *Réinventer le sens de la ville. Les espaces publics à l'heure globale*, Paris : L'Harmattan : pp. 159-168.
- HANSEN M. (2001), *Polis et cité-état. Un concept antique et son équivalent moderne*, Paris : Les Belles Lettres.
- HABERMAS J. (1986 [1^{ère} édition allemande 1962]), *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris : Payot.
- HABERMAS J. (1992), « L'espace public », trente ans après, *Quaderni*, n°18 : pp. 161-191.
- HABERMAS J. (2000), *Après l'Etat-nation*, Paris : Fayard.
- HEMERY V. (2001), L'espace public saisi par le droit, in TOUSSAINT J.-Y. et ZIMMERMANN M. (dir.), *User, observer, programmer et fabriquer l'espace public*, Lausanne : Presses Polytechniques et Universitaires Romandes, INSA, pp. 76-84.

- HERVIEU B. (2002), Préface à l'ouvrage dirigé par PERRIER-CORNET P., *A qui appartient l'espace rural ?* Paris : L'Aube, DATAR, pp. 3-7.
- HIRSCHMAN A. (1995), *Bonheur privé, action publique*, Paris : Fayard.
- JAILLET M.-J. (1997), Vivre en "ville" et "être" ensemble, *Empan*, n° 88, décembre, pp.9-14
- JOLE M. (dir.) (2002), *Espaces publics et cultures urbaines*, Lyon : Certu, METL.
- LANDOWSKI E. (1989), *La société réfléchie*, Paris : Seuil.
- LAVIALLE C. (1996), *Droit administratif des biens*, Paris : PUF.
- LEGENDRE P. (1993), *L'empire de la vérité. Introduction aux espaces dogmatiques industriels*, Paris : Fayard.
- LEVY (2003), article « Espace public », in LEVY J. & LUSSAULT M. (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris : Belin, pp. 336-339.
- MONNET J. (1997), Commerce, espace public et urbanité, en France, au Mexique et aux Etats-Unis, *Géographie et cultures*, n° 24 : pp. 71-90.
- PERRIER-CORNET P. (2002), La dimension publique de l'espace rural, in P. PERRIER-CORNET (dir.), *A qui appartient l'espace rural ?*, Paris : L'Aube, DATAR, pp. 9-21.
- PERON (2004), *Les boîtes. Les grandes surfaces dans la ville*, Paris : L'Atalante.
- PRADELLE (de la) M. (2001), Espaces publics, espaces marchands : du marché forain au centre commercial, in GHORRA-GOBIN C. (dir.), *Réinventer le sens de la ville. Les espaces publics à l'heure globale*, Paris : L'Harmattan, pp. 181-190.
- PROUDHON V. (1843), *Traité du domaine public ou de la distinction des biens considérés principalement par rapport au domaine public*, Dijon, Tome 1.
- SABATIER B. (2002), El aportación del derecho a la comprensión de las realidades sucesivas del espacio público, *Trace*, 42, México D. F.: CEMCA, pp.79-88.
- SABATIER B. (2004), Les complexes commerciaux récréatifs en France et au Mexique : une (ré)-intégration du temps de loisir au temps des achats, in BONDUE J.-P. (dir.), *Temps des Courses, course des temps*, Lille : USTL, pp. 199-209.
- SALCEDO HANSEN R. (2002), El espacio público en el debate actual : una reflexión crítica sobre el urbanismo posmoderno, *Eure*, Santiago de Chile, vol. 28, 84, pp. 5-19.
- SEMPRINI A. (1994), Espaces privés, espaces publics. Privé et public comme catégories spatiales, *Espaces et sociétés*, n° 73, janvier, pp. 148-152.
- SORKIN M. (1992), *Variations on a theme park : the new american city and the end of public space*, New York: Hill and Wang.
- TASSIN E. (1992), Espace public ou espace commun ?, *Hermès*, n° 10, pp. 23-39.