



ressources

“Finalement, *Dreamland* a si bien réussi à se détacher du monde que les journaux de Manhattan refusent de croire à l'authenticité de cette ultime catastrophe, alors même que les rédacteurs en chef peuvent voir les flammes et la fumée de la fenêtre de leur bureau. Ils s'imaginent que c'est une nouvelle catastrophe mise en scène par Reynolds pour attirer l'attention : la nouvelle n'est publiée qu'au bout de vingt-quatre heures. Dans un constat objectif, Reynolds reconnaît que l'incendie de *Dreamland* n'est que la concrétisation d'un déclin antérieur. “Les promoteurs de *Dreamland* voulaient faire appel au sens artistique du public [...] mais il ne leur fallut pas longtemps pour s'apercevoir que Coney Island n'était guère l'endroit indiqué pour ce genre de tentative [...]. La beauté architecturale échappait à l'immense majorité des visiteurs [...]. Au fil des ans, *Dreamland* s'est vulgarisé, et le projet initial a été abandonné.” Avec la catastrophe prend fin l'intérêt porté par Reynolds au prototype de Manhattan. Il abandonne le joyeux champ de bataille de la pénurie de réalité à l'urbanisme des bonnes intentions — “La ville devrait récupérer le terrain et le transformer en parc public” — et reporte toute son énergie sur Manhattan même.”

Rem Koolhaas, *New York délire*, éditions Parenthèses, 2002 (Rem Koolhaas, 1978)

“L'une des thèses principales de cet ouvrage est que la dispersion géographique des activités économiques et la réorganisation de l'industrie financière sont deux processus qui ont contribué à de nouvelles formes de centralisation, dans la mesure où elles sont intervenues dans des conditions de concentration continuée de propriété ou de contrôle. La dispersion géographique de l'activité économique a entraîné une expansion des fonctions centrales et de la catégorie des firmes spécialisées dans le service de ces fonctions.”

Saskia Sassen, *La ville globale*, Descartes & Cie, 1996 (Princeton University Press, 1991)

“Aujourd'hui, alors que nous entamons un siècle nouveau, la ville émerge une fois encore comme un site stratégique pour la compréhension des tendances majeures qui reconfigurent l'ordre social. La ville, avec la région métropolitaine, est un des espaces où les tendances macrosociales majeures se matérialisent et peuvent, par conséquent, être constituées comme un objet d'étude. Parmi ces tendances, il faut compter la globalisation, la montée des nouvelles technologies de l'information, l'intensification des dynamiques transnationales et transrégionales, la présence renforcée et la voix de types spécifiques de la diversité socioculturelle. Chacune de ces tendances a ses conditionalités spécifiques, son contenu et ses conséquences propres. Le moment urbain n'est qu'un moment parmi un grand nombre de trajectoires à sites multiples souvent complexes, ce qui soulève une question importante : l'étude sociologique des villes peut-elle produire une littérature savante et des outils analytiques susceptibles de nous aider à comprendre les vastes transformations sociales en cours, comme elle a pu le faire au début du siècle précédent ?”

Saskia Sassen, *La globalisation. Une sociologie*, éditions Gallimard, 2009 (W.W. Norton & Cie, 2007)



“ Le terme de suburbia est plus vaste et moins connoté que celui de banlieue, il indique aussi une forme d'étalement, de sortie de l'urbain, de sortie du schéma classique de la ville ... la suburbia c'est la ville sans centre ni périphérie, sans hiérarchie de lieux, une sorte d'étalement, de réseaux, de circulation des flux, des individus, des marchandises, et qui correspond à une sorte de révolution copernicienne de la ville qui sortirait d'un schéma centralisé pour passer à un modèle d'étalement infini. ”

Bruce Bégout, philosophe, nous parle de la démocratie et de la suburbia. Derniers livres parus, Sphex (littérature), éditions Arbre Vengeur et De la décence ordinaire : Court essai sur une idée fondamentale de la pensée politique de George Orwell, éditions Allia.

Retrouvez la vidéo de Bruce Bégout sur <http://vivademocratie.blogspot.com>



**LE MAG DU DÉMOCRATE c'est fini, ainsi que la résidence VIVA DÉMOCRATIE !
soirée de clôture le vendredi 26 juin 2009 à Khiasma**

<http://vivademocratie.blogspot.com>

Le site de la résidence Viva Démocratie : <http://vivademocratie.blogspot.com>

Espace Khiasma Khiasma, 15 rue Chassagnolle 93260 Les Lilas - tél. : 01 43 60 69 72 - <http://www.khiasma.net>

le Mag du Démocrate



N° 6 JUIN 2009 - le Mag du Démocrate est édité par KHIASMA pour la résidence VIVA DÉMOCRATIE ! d'Éric Arlix et Jean-Charles Massera

LE LOOK, LA VILLE

le showroom du démocrate

Oui Kevin et Jennifer vous êtes super.

Oui et re-oui vos slims sont top.

Non Mathias personne ne va voir que ton portable date de l'année dernière.

Oui Alexia cette fille a les mêmes lunettes D&G que toi, mais non c'est pas la peine d'annuler ta boum samedi.

La Rue Piétonne (RP)

Un concept municipal et nostalgique

Priorité obsessionnelle des budgets municipaux de l'hexagone dans les années 1980, la Rue Piétonne (RP) est le concept renouvelé et augmenté de la RC (Rue Commerçante). Elle est alors talonnée de très près par un autre RP qui va redéfinir l'approche automobile des villes et villages de France : le Rond-Point. Elle répond, à ce moment-là, à une volonté politique de proximité qui cherche à retrouver un en-commun local fortement fragilisé par l'explosion des ZAC (Zones d'Activités Commerciales) excentrées par rapport aux centres-villes historiques et privilégiant la voiture ou le bus au détriment de l'être-en-ville traditionnel hérité de la culture de la convivialité de proximité historiquement basée sur l'articulation *je fais mes courses et/ou prends un verre dans le centre et je rencontre Untel ou Unetelle*. S'opposant clairement aux CC (Centres Commerciaux) dont le développement anarchique remonte au début des années 1970, la RP est censée recréer une atmosphère conviviale, à échelle humaine tout en agissant sur le mode de la complémentarité (*je musarde dans la RP, j'optimise mes déplacements dans le CC*). Dans les années 2000, des arguments à teneur environnementale et écologique viennent renforcer le développement de la RP, il s'agit désormais de préserver quelques rues dans les centres-villes de la présence des voitures. En règle générale, la RP est un lieu de prestige commerçant, architectural ou touristique (ou les trois) et l'assurance pour une municipalité d'offrir le meilleur à ses administrés, ses voisins ou ses visiteurs. Même si la notion de “petits

commerçants indépendants” (PCI) disparaît au profit des “petits commerçants franchisés” (PCF), la RP fonctionne toujours sur le même concept : rassembler, dans un espace sans voitures correspondant à des critères esthétiques définis sur la base d'un remake architectural plus ou moins kitsch du charme d'antan, une offre économique de marchandises et de services.

Et demain ?

Pour s'adapter aux défis de demain tout en répondant au besoin croissant d'harmonie entre le démocrate, l'espace d'expression de son imaginaire et les forces économiques qui organisent celui-ci, la RPI (Rue Piétonne Idéale) devra pouvoir créer des ambiances changeantes, tout au long de l'année, à travers différentes actions et partenariats. La RPI sera ainsi une zone d'investissement permanent où il s'agira d'accueillir en son sein, dans une atmosphère aussi conviviale que misérable, des marchés temporaires thématiques et de sur-célébrer toutes les dates promotionnées, dans un mélange aussi improbable que prometteur, pour l'épanouissement personnel et collectif entre la culture archaïque locale ou internationale et le marketing ambiant : la Saint-Valentin, la Saint Jean, Halloween, fêtes des mères-pères-grands-mères-grands-pères, de la tomate, des vins, de la pipe, de la laine, du cheval, des santons, des chapeaux ronds, etc.

Éric Arlix et Jean-Charles Massera tiennent à remercier chaleureusement la région IDF, l'équipe de Khiasma, les intervenant(e)s invité(e)s et toutes celles et tous ceux qui ont contribué à la page centrale du Mag du Démocrate. *Le guide du démocrate* sur lequel ils planchent actuellement sera certainement fortement nourri par les échanges qui ont eu lieu rue Chassagnolle dans le cadre de cette aventure commune.

Le look, la ville, le showroom du démocrate (à l'espace Khiasma), le mardi 19 mai 2009.

Étaient présents :

Gildas Scavinier, Alexandra Trullu, Isabelle Esposito, Hélène Cœur, Xavier Collet, Kamal Hassan, Christine Oger, Frédéric Moulin, Laurent Dujat, Xavier Person, Perrine Rouillon, Ralph Louzon, Olivier Baguelin, Valérie de Saint-Do, Bruno Teocoli, Stéphane Baillie-Gee, Matthieu Gauchet

La mode ? Une idée astucieuse pour inciter tout un chacun à acheter de nouvelles fringues alors que les anciennes lui vont encore très bien.

La mode j'ai l'impression qu'elle tourne plus vite qu'avant, mais c'est la rotation du marché qui fait tourner la mode. [...] Dans la ville aujourd'hui, c'est à 80 % des magasins de vêtements. C'est un des domaines où la marge doit être la plus grande. [...] Le vêtement c'est un récit qu'on vend aux gens. [...] La mode est une acceptation du capitalisme. Avant on se découpait le jean, c'était pas cher, maintenant on doit l'acheter. [...] Maintenant ça ne marche peut-être plus parce que la société marchande est essentiellement marchande, donc elle a une capacité à digérer tout immédiatement qu'elle n'avait pas avant. Est-ce qu'il peut y avoir encore des pratiques transgressives ? [...] Il y a des milieux qui créent les modes. Les vieux ont inventé les tennis parce qu'ils avaient mal aux pieds. [...] Le capitalisme a besoin du rebelle pour relancer le système économique. [...] Ils ne veulent pas payer leurs impôts, leurs contraventions, mais la mode c'est le seul domaine où ils acceptent de faire ce qu'on leur dit. [...] La mode casse la hiérarchie entre les âges, ça accompagne à un moment donné le mode de transmission du passage d'un âge à un autre, ça casse aussi la possibilité d'une révolte. [...] Quelle différence y a-t-il entre mode et être bien habillé ? Pourquoi on veut s'habiller avec goût ? L'impulsion de s'habiller avec goût vient de l'individu. La mode est impulsée par un système. La mode a la puissance de passer par-dessus le désir individuel. [...] Avant de parler du look, de la mode, il faut parler de la production, il y a des institutions qui pensent la conception des vêtements, des cabinets de tendances, puis des gens qui vont dessiner la production. Ceux qui travaillent dans ces cabinets de tendances, récoltent tout et partout, en Inde, dans les banlieues... Mais ensuite ils font les cahiers de tendances par rapport à la grande distribution avec les mêmes codes formels (ex. Carrefour), avant même que ces cahiers de tendances soient achetés par les grands couturiers. Mais avant que l'on arrive à ce stade on envoie des gens lookés comme ça devant les écoles, etc. [...] Derrière l'idéologie de l'usage, il y a des pratiques culturelles où des gens produisent des formes, mais ne le savent pas, ne le pensent pas, n'ont pas conscience qu'à leur manière ils sont en train de créer une mode. [...] Les Sapeurs congolais c'est parti comme ça, avec la cravate de travers. [...] Dans certaines professions, de service par exemple, le port de nombreux types de vêtements peut être considéré comme une faute, exemple le port du T-Shirt au guichet des banques. D'une certaine manière quand on ne s'habille pas comme la norme, on ne respecte pas l'autre. [...] La mode, c'est aussi l'apparition de choses qu'on ne peut pas lire. Des valeurs qui nous échappent complètement. [...] Qui produit le discours de ses vêtements, de la tendance, du mouvement dans lequel on se trouve. Nous ? Ou une idéologie ? Comment on fait pour parler de ce que nous sommes réellement ?

Les femmes

Les questions de genre sont passées, dépassées, jamais d'actualité. Les femmes c'est jamais d'actualité. [...] Dans ma génération, adolescence fin des années 70, début années 80, quand on se situait politiquement on se situait dans le refus, ça veut pas dire qu'on était émancipées du look et de la mode, ça pouvait être un conformisme vestimentaire, mais pas du tout dicté par les magazines féminins. [...] Est-ce que les femmes sont les seules victimes de la mode ? [...] Les secrétaires sont hyper fringuées, les patronnes moins. Il y a une angoisse de l'apparence, elle a le comportement d'une adolescente qui cherche son image. [...] L'éducation qu'on donne aux filles est basée sur la capacité à obéir et à reproduire. On flatte les filles parce qu'elles sont jolies, l'éducation va inciter (insister) là-dessus. Le costume de la princesse. Rentrer dans le désir des hommes. Rentrer dans le désir des autres. [...] Cultiver son désir de sujet pour une femme est très difficile. Terrible de voir qu'on en est encore là. La mode qui va toucher les garçons va plus fonctionner comme mode de convergences.

Les adolescents

C'est un concept contemporain l'adolescence. Maintenant ils ont des magazines. C'est un concept d'abord introduit par la communication pour la consommation. On parle de préados, d'ados. [...] Dans les bouquins *social studies*, depuis l'après-guerre les modes de contestation des jeunes, même quand ils ont été transgressifs, sont passés par la consommation parce que le seul pouvoir des jeunes était de consommer. Le *teenager* qui tout d'un coup a de l'argent. Qu'est-ce qu'il a pour exister en tant que *teenager* ? Il a un pouvoir d'achat. Il le fait par un détournement de style. La transgression ultime sera de voler ce que tu pourrais acheter. Ce que l'on retrouve aujourd'hui par la fascination des marques, et des marques que l'on vole. [...] Mais en même temps c'est circulaire, parce qu'ils la créent cette mode, puis il y a la manière de le porter. Donc même si c'est une copie au départ, ils se la réapproprient. [...] Le pantalon *baggies* que portent les jeunes gens chics sont quant même à l'origine les pantalons des taulards de Chicago. [...] Il y a une récupération des signes, ça a changé de sens. Quand on porte le *baggy* Keenzo, ça permet de montrer sa réussite sociale. [...] Quand il y a le mouvement *glamrock* dans l'Angleterre ça vient de gens cyniques mais aussi de grands couturiers japonais comme les costumes que portent David Bowie. [...] On travaille dans des associations sur la jeunesse : qu'ils se dépouillent de leur atours de jeunes pour intégrer le monde du travail pour arriver au complet veston. [...] Vient des années 60, être androgyne, homosexuel. Annie Lebrun. L'indétermination sexuelle était très liée au capitalisme. Tout s'échange, s'inverse. Le refus de la différence sexuelle. Je trouve qu'il y a un lien. [...] Mais on n'est pas nécessairement déterminés. Comment on manipule les codes vestimentaires pour s'en servir. Est-ce qu'il n'y a pas un nouveau régime de la mode ? Dans un nouveau régime économique de l'accélération. Si on parle des jeunes c'est pas pour rien, fan d'AC/DC à cinq ans et il veut le même t-shirt que le copain. [...] Là, il y a un effacement du corps, du sexe dans ces vêtements *street wear*. [...]

Commencer à être un objet ça vient un peu chez les hommes, maintenant il n'y a plus que la femme qui est objet de désir. Mais la femme n'est pas encore devenue pour autant sujet de son désir, elle reste encore majoritairement l'objet du désir. [...] Dans les quartiers on pousse des « jeunes » vers des modes d'appartenance, mais en faisant cela, on les dépouille de leur identité.

La mode et l'histoire

Balzac a dit une femme c'est un esclave qu'on met sur un piédestal. Les jeunes on leur donne le maximum de pouvoir symbolique et en même temps ils n'ont que ça. [...] La mode masculine au 17^e et 18^e siècle, c'est la noblesse, elle ne peut pas travailler, elle parade. [...] Quand on travaille, on attache moins d'importance à la mode, au look. Quand la noblesse qu'on veut la rendre impuissante. C'est pareil aujourd'hui pour les femmes. [...] Position du manque, madame Bovary est le manque. [...] L'origine de *street wear*, ça vient d'un système mécanique, silhouette déformée par la vitesse. [...] Si Louis XIV crée la mode, il crée la mode de distinction, la distinction d'une classe qui ne travaille pas et ne fait qu'apparaître. [...] En revanche, pour les ouvriers, dans la seconde partie du XIX^e siècle le port d'un certain type de vêtements devient un mode d'appartenance. [...] Jusque dans les années 70, le port d'un même vêtement, le fait de se reconnaître dans un même vêtement crée une espèce de signe qui va être un liant. [...] Il faut ensuite distinguer la mode et l'achat des vêtements à la mode. Il y a un fossé entre le look, la pub et l'achat véritable où c'est le réflexe-achat, l'addiction qui pousse vers la consommation de la mode.

Les centres commerciaux

Le rituel de la consommation remplace d'autres rituels (Agora, Belle épine, ...) ça devient un endroit, un lieu de convivialité. Les gens ne se regardent pas, ils sont happés par des choses matérielles, tu va vers les objets. Tu ne pars pas vers les gens. Sauf les Halles. Non il y a toujours une espèce d'agora. [...] La foule qui marche dans la rue est belle, elle existe, celle qui marche dans un centre commercial est floue. Dans un marché les gens sont beaux, ils existent, pas dans un centre commercial. [...] Un centre commercial c'est pas un théâtre. Ils vont faire la balade. [...] Tu va là-bas, tu consommes, tu es considéré, valorisé comme consommateur. [...] Aux Halles, il y avait des chaises, il y avait les jeunes avec les radiocassettes. On a enlevé les chaises, ils sont allés s'asseoir, on a mouillé tout le temps le sol, ils sont allés sur le muret, maintenant il y a des vitres sur les murets, donc ils vont au café. Ils ont remis les chaises. C'est la privatisation de l'espace public. [...] Les centres commerciaux c'est : - pour les mecs faire du *breakdance* - pour les meufs acheter des fringues. [...] On vend aux gens une histoire, une image à des gens qui n'ont pas cette histoire. [...] On vend des slims à des gens à qui on vend de la bouffe. [...] À Melun Sénart, le centre commercial, c'est ZE lieu.

Conclusion : Nous avons perdu l'envie d'exister socialement par rapport à nos conditions d'existence réelle.