

Les nouvelles formes de la communication autour des projets urbains : modalités, impacts, enjeux pour un débat participatif.

Analyse du rôle des images dans le débat participatif autour de deux projets urbains en France.

Hélène Bailleul

Doctorante-ATER en Aménagement de l'Espace et Urbanisme, Ecole Polytechnique de l'Université de Tours – Département Aménagement, 35 allée Ferdinand de Lesseps – 37200 Tours, UMR CNRS – CITERES 6173, helenebailleul@hotmail.com

Résumé : Dans cet article, nous observons les évolutions que l'usage des nouvelles technologies implique dans la communication autour des projets urbains. Notre analyse des nouvelles modalités qu'Internet a pu importer dans la participation des habitants aux projets urbains (partie 1) nous pousse à observer, plus spécifiquement, les modifications qui ont trait, dans ce contexte, à la nature et au statut de l'information sur l'espace. La démocratisation des techniques de représentation de l'espace par ordinateur (3D, simulation) entraîne le recours quasi systématique à des images virtuelles du projet, d'une grande qualité (partie 2), mais dont on ne connaît que très peu les impacts sur la perception et la réception que les habitants font du projet (partie 3).

Mots clés : e-participation, images virtuelles, marketing urbain, communication, réception, identification, espaces en projet

Summary : In this article, we observe the evolutions involved by the use of new technology in the communication around urban projects. Our analysis of the new modalities, Internet was able to import in the participation of inhabitants in urban projects (chapter 1) urges us to examine, more specifically, the modifications concerning the nature and the status of the information about space. The democratization of computer-based spatial representation's tools (3D, simulation) entails more and more systematic recourse to virtual images of the project, with high

definition (chapter 2). But, nowadays, we still know little about their impacts on the perception and the reception, the inhabitants make of the project (chapter 3).

Key words : e-participation, virtual images, urban marketing, communication, reception, identification, space in project

Introduction

Si la communication est aujourd'hui prégnante dans tous les champs de la vie sociale, le domaine des politiques publiques, et plus précisément, de l'action publique en matière d'aménagement du territoire, ne fait pas exception. La nécessité de communiquer sur les actions et opérations menées sur un territoire apparaît légitime et utile au regard du principe démocratique et a été âprement défendue depuis une trentaine d'années. La communication en question doit être définie ici dans le sens d'un débat, d'un échange, d'un « espace public » au sens habermassien (Habermas, 1987) comme processus au cours duquel le citoyen s'approprie la sphère publique. Dès lors, la communication politique doit être considérée comme un processus d'échange d'informations, mais aussi d'appropriation de l'information par le public, dans le sens d'un *two-step flow of communication* (Katz E. & Lazarsfeld P., 1964), c'est-à-dire d'un processus de transmission d'abord, puis ensuite, d'interprétation de l'information. Parallèlement à un cadre théorique général, de nombreuses réflexions sont développées dans le champ des sciences politiques, de l'aménagement-urbanisme, et par les acteurs politiques eux-mêmes, pour mettre en œuvre l'idéal d'une démocratie participative à travers la participation du public aux projets d'aménagement. Mais, en parallèle d'une vision politique idéale, Alain Avitabile identifie comme facteurs de la démocratisation des projets d'aménagement, la volonté des pouvoirs publics de voir se réduire les conflits qui

émergent lors d'intervention urbanistique, constatant que c'est « *la montée des contentieux, la sensibilisation et l'information du public* » (2005, p. 105) qui est moteur de l'effort des pouvoirs publics pour développer des structures de débat. Les expérimentations menées depuis une trentaine d'années et l'institutionnalisation, plus récente, de structures de débat (loi Vaillant, 2002) ont plus largement posé la question de la communication entre les acteurs publics de l'aménagement et la population, les acteurs économiques et sociaux, et les associations. Les différentes structures de débat qui ont pu être mises en œuvre par les pouvoirs publics au niveau local, telles que les comités de quartier, les ateliers d'urbanisme ou les conseils de quartier et qui permettent, du moins théoriquement, la réflexion partagée sur les projets d'aménagement sont ainsi des structures de communication entre la sphère politique et technique et le public qui habite un territoire. La mise en place de ces structures qui « donnent la parole » aux citoyens concernés par les politiques publiques devient ainsi le signe d'une redynamisation de la vie démocratique, et d'une action publique qui opère dans un souci d'ouverture et de transparence des politiques publiques. La valorisation systématique de la participation citoyenne prend part à ce que Blondiaux et Sintomer (2002) décrivent comme « *l'impératif délibératif* » qui tend à stigmatiser les décisions qui ne reposeraient que sur l'expertise des décideurs, pour légitimer tout dispositif d'intervention citoyenne dans la prise de décision.

Durant les dix dernières années, le développement de « *dispositifs participatifs* » variés (Blondiaux et Cardon, 2006), plus ou moins institutionnalisés, a donné lieu à plusieurs recherches qui ont mis en évidence les limites de tels processus (Neveu, 1999 ; Bacqué et Rey, 2005). Parmi ces limites, il peut être plus

spécifiquement cité la difficulté à mobiliser les habitants, le désintérêt du public pour des questions trop politiques ou trop techniques qui sont abordées lors des processus de participation aux projets d'aménagement. Le manque d'implication est considéré dans ce cas comme un obstacle à une concertation globale des habitants, dans un esprit démocratique qui puisse permettre l'expression de toutes les opinions et pas seulement celles d'habitants-experts issus du milieu associatif. Le constat de la difficile mobilisation des habitants a ainsi été à la base d'une dynamique d'invention et de réinvention des outils et des modalités de la participation citoyenne dans les projets d'aménagement. Dans ce contexte, et en suivant un mouvement plus général d'acquisition et de développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication, le recours à des outils de communication informatisés et surtout « en ligne » sur Internet s'est généralisé comme un moyen de rendre la participation plus efficace. Les avantages d'une communication dématérialisée et détemporalisée ont été très largement mis en lumière par les acteurs de la participation comme solution aux difficultés de mobilisation (Macintosh, 2007). Si les habitants ne pouvaient venir aux réunions publiques et au débat, c'est le débat qui devait venir à eux. Par l'appropriation de technologies qui sont en constant mouvement, les acteurs publics (collectivités territoriales, Etats, Union Européenne) tentent de mettre en œuvre un nouvel idéal de contrat social baptisé « e-démocratie » ou encore démocratie électronique (Rodota, 1999). Les défenseurs de cette nouvelle forme de relation entre citoyen et gouvernement, au sens large, mettent en évidence les qualités de transparence, de coopération ou encore de liberté d'expression que ces moyens de communication apportent, notamment parce qu'ils permettent l'accessibilité accrue à l'information, l'expression et la diffusion des opinions et des prises de parole. Ainsi, sites Internet, blogs, ou encore supports multimédias (DVD,

web TV, etc.) sont développés comme nouveaux « canaux » de la communication publique territoriale.

L'objectif de notre propos ici n'est pas de valider par une analyse politique les impacts de ces développements techniques et idéologiques récents, mais plutôt d'observer, en pratique, la manière dont ils sont mis en œuvre, et les modifications qu'ils peuvent engendrer dans le débat sur la ville. Dans le cadre spécifique des projets urbains et de la participation des habitants à leur élaboration, l'e-démocratie, et son corollaire, l'e-participation devraient, en théorie, permettre de pallier les difficultés de mobilisation rencontrées. L'emploi de technologies, s'il redynamise la communication politique, contribue à renouveler la participation dans ses modalités, mais aussi dans son contenu. Nous posons ainsi trois questions, auxquelles il nous appartiendra d'esquisser une réponse : Les nouvelles techniques de communication et d'information qui sont employées depuis quelques années peuvent-elles permettre de renouveler la participation des citoyens aux projets d'aménagement et d'urbanisme ? Quel est leur effet sur les modalités et le contenu de cette participation ? En sus, qu'en est-il de la représentation, et de la réception par le public, des espaces du projet qui découlent de l'utilisation de ces nouvelles techniques de communication et d'information ?

Nous verrons que les nouvelles pratiques de communication dans le domaine des projets urbains impliquent une nouvelle représentation de l'espace en projet (Faraldi, 2005). Différents auteurs ont ainsi souligné le manque de connaissance des impacts des outils de représentation et d'information géographiques que sous-tendent ces nouveaux usages. Jean-Jacques Terrin met en évidence que les nouvelles technologies de représentation (3D, vidéo, simulation, modélisation) constituent de

« *nouveaux langages entre maîtrises d'ouvrages urbaines, concepteurs et usagers de l'espace urbains*¹ ». Ainsi, nous faisons l'hypothèse que le débat sur l'espace urbain prend une autre forme et un autre contenu avec l'utilisation de ces outils de communication et d'information que sont les sites Internet des collectivités locales. Et c'est la médiation qui est, de fait, créée par ces nouveaux langages – les images 3D qui les accompagne – et le sens qui en émerge dans le débat sur la ville que nous souhaitons analyser ici. Pour ce faire nous avons mené un travail empirique sur deux projets urbains en France qui ont eu recours, dans la concertation avec les habitants, et plus généralement dans la communication faite autour des projets, à des techniques nouvelles de communication et de représentation de l'espace en projet. Après avoir retracé les grandes caractéristiques du contexte et des modalités qui favorisent le développement d'une communication accrue autour des projets urbains, nous mettons plus spécifiquement en avant le rôle ambigu des images dans les dispositifs participatifs. Nous verrons, enfin, que la participation individualisée d'utilisateurs face à l'interface web du débat public, pose la question de la réception par l'individu, des projets médiatisés par ces images virtuelles.

NTIC et renouvellement de la participation des habitants aux projets urbains

Le contexte contemporain favorise l'émergence d'une réflexion sur le rôle des nouvelles technologies dans le renouvellement de la démocratie (Rodota, 1999 ; Kleck, 2006). Nous présentons, en premier lieu, les liens qui peuvent être faits entre les efforts de démocratisation des décisions publiques et le développement de nouvelles technologies de l'information et de la communication à travers le modèle

¹ Discours de Jean-Jacques Terrin, chercheur au CSTB, cité dans Faraldi (2005), p.71.

de la démocratie électronique. La participation des habitants au débat public autour des projets urbains concourt à la mise en œuvre de la démocratie participative en donnant l'occasion d'un débat public entre décideurs et citoyens, et constitue actuellement un terrain d'expérimentation de l'e-démocratie (Macintosh, 2007). Ces expériences de renouvellement des traditionnels outils de communication en aménagement-urbanisme, nous pousse à interroger leurs caractéristiques et leur intégration dans le processus du projet urbain. Il nous apparaît donc important de montrer dans cette partie quels types d'outils de communication et d'information sont actuellement développés dans le champ de l'aménagement-urbanisme, pour analyser leur portée du point de vue de l'expression citoyenne sur Internet, mais aussi de celui du débat sur l'espace urbain.

Démocratie, société de l'information et nouvelles technologies

La société de l'information (Castells, 2001) renouvelle, à travers les technologies qu'elle adopte, son mode de gouvernance (Jouve, 2003) et donne corps à une redéfinition de la démocratie. Partant de l'identification des changements qu'introduisaient les nouvelles technologies, plusieurs recherches ont interrogé leurs impacts sur la société et son organisation (Loader, 1997 ; Lévy, 2002) ou sur le pouvoir et la politique (Rodota, 1999), pour identifier ce que les nouvelles technologies peuvent apporter à nos vieilles démocraties. Le concept de démocratie électronique (Rodota, 1999) a été développé par des chercheurs de plusieurs pays, à partir du constat que les larges modifications des modes de communication et d'information des individus d'une société avaient un impact sur la relation que les citoyens entretenaient avec l'Etat, le pouvoir, et avec la société elle-même (Vedel, 2007). Les nouvelles modalités de la communication, qui peuvent être

constatées notamment avec la forte prégnance d'Internet dans différents champs de la vie sociale, font espérer l'avènement d'une souveraineté populaire, où les citoyens connectés entre eux, s'informent, débattent ensemble des sujets politiques qui les concernent, mettant en œuvre la participation de tous au débat, qui, selon Bernard Manin, fonde la légitimité de la décision : « *la décision légitime n'est pas la volonté de tous mais celle qui résulte de la délibération de tous* » (1985, p. 83). A été mis en évidence un certain rééquilibrage des forces entre ceux qui précédemment « contrôlaient » l'information et ceux qui la « recevaient », récepteurs passifs. Le récepteur, le citoyen, avec les nouvelles technologies, les nouveaux médias devient usager de l'information, en assurant son interprétation et sa sélection active (Rodota, 1999, p. 52). Comme l'explique Dominique Wolton, il s'agit d' « *admettre la complexité et l'intelligence du récepteur* » (2005, p. 36). Ce nouveau citoyen, « attentif » et pouvant interpréter l'information qui lui est délivrée est ainsi un citoyen « éclairé », et donc plus enclin à mettre en question le message politique, à participer au débat. Les nouvelles technologies, dans ce cadre, apportent des solutions à l'inclusion de tous dans le débat public. Ainsi, c'est tout le mode de gouvernance des politiques publiques qui a été repensé, en favorisant la coopération de la société civile (avec l'apparition notamment de la question de *l'empowerment*), la transparence des décisions publiques et le partenariat (Kleck, 2006). Ces évolutions du point de vue normatif ont conduit à celle des dispositifs démocratiques existants, notamment au niveau local, et se sont traduites par un effort pour créer plus d'espaces publics (au sens spatialisé du terme) où habitants et gouvernements locaux se rencontrent et débattent des politiques locales, mais aussi, et surtout, un accès accru et diversifié à l'information. Ces deux pôles indissociables de la mise en œuvre de la démocratie (communication et information) nous intéressent plus particulièrement car ils sont

aujourd'hui des champs où les nouvelles technologies apportent des évolutions majeures. La mise en œuvre de ces nouvelles modalités de communication, et d'un nouveau contrat social prend forme, au niveau local, dans le champ des politiques publiques territoriales. Le projet urbain, constitue ainsi un des terrains privilégiés d'application de la « nouvelle » gouvernance urbaine (Jouve, 2003).

Projets urbains et e-démocratie

Depuis les années 70 et les grandes luttes urbaines, la nécessité de concevoir l'aménagement du territoire comme une action négociée avec les populations concernées a fait son chemin et se concrétise même de manière prescriptive dans la législation française récente (Loi Vaillant, 2002). Ce mouvement d'institutionnalisation de structures de débat, tels que les conseils de quartier, s'explique par l'exigence croissante des citoyens envers la politique qui les concerne directement, c'est-à-dire pour une grande part, le champ d'intervention de l'aménagement du territoire : « *On assiste à l'émergence de nouvelles pratiques citoyennes, plus exigeantes, nourries de l'idéal de la démocratie directe. [...] L'électeur, catégorie abstraite et désincarnée, s'efface au profit de l'habitant, situé spatialement et socialement. [...] Les initiatives permettant un dialogue direct entre décideurs (élus et techniciens) et habitants sont valorisées* » (Le Bart, 2003, p. 59). La mise en œuvre de l'e-démocratie, même encore partielle, paraît particulièrement intéressante à étudier dans le contexte des projets urbains. En effet, les modalités même du projet urbain conduisent à une organisation de la participation des acteurs (privés, société civile et publics), c'est un champ privilégié de réflexion sur la gouvernance. Comme l'explique Ola Söderström, l'aménagement et l'urbanisme ont connu un « *tournant communicationnel* » visant à explorer les modalités d'un dialogue et d'un accord entre les différents acteurs

impliqués, et notamment les usagers (Söderström *et ali*, 2000b, p. 6). Le terme de « projet urbain » recoupe des actions d'aménagement à différents niveaux territoriaux (pouvant aller du projet de territoire au programme architectural), mais il désigne chaque fois une opération autonome, aux ressources propres qui entend lier dans une solution de continuité l'élaboration d'objectifs, la mobilisation de moyens et la réalisation opérationnelle. Le projet s'élabore de manière collaborative avec différents partenaires socio-économiques, l'Etat, les acteurs publics et les représentants de la société civile : « *le projet apparaît comme la structure d'action favorite de la gouvernance, car il facilite la coalition d'un réseau d'acteurs à travers l'élaboration des objectifs de départ et leur discussion permanente au cours de la réalisation* » (Bourdin, 2000). Ainsi, projets urbains et gouvernance sont-ils des réalités qui ont été facilement assimilées pour faire de ces processus les moments privilégiés du débat démocratique et donc de l'expérimentation de nouvelles technologies favorisant le débat. Dans ce contexte, l'intérêt des gouvernements locaux pour les outils électroniques de participation² va croissant. Comme le rappelle le schéma suivant (Fig. 1) tiré du rapport de présentation d'une initiative internationale cherchant à favoriser l'insertion des TIC dans la démocratie locale (E-agora, 2006, p. 16), ces nouvelles technologies peuvent s'insérer sous différentes formes à toutes les étapes du processus démocratique.

² Les outils de e-participation développés dans différents pays européens sont notamment étudiés par le regroupement européen de chercheurs DEMO-net soutenu par la Commission Européenne. <http://www.demonet.org/demo>

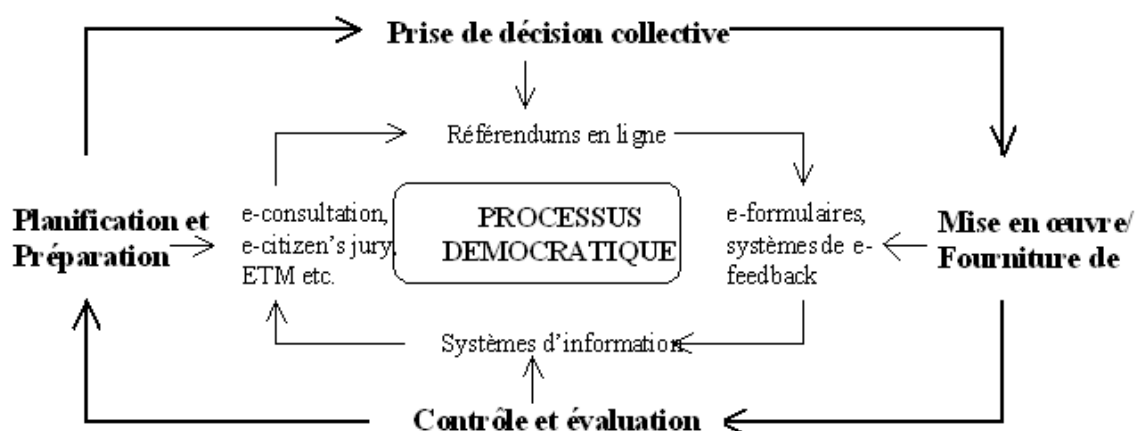


Figure 1 : Représentation du processus de l'e-démocratie - fonctions et outils

Si l'on reprend les quatre phases du processus démocratique de ce schéma, on peut noter qu'à la phase de planification-préparation de la décision d'un projet urbain, sont mis en œuvre des outils de participation qui encouragent le débat sur un diagnostic partagé de l'espace, pour faire émerger de « pistes » de réflexion pour les aménageurs ou les architectes. Cette étape nécessite d'une part, la production d'informations sur le territoire et son analyse (tout ce qui est recoupé sous le terme de « diagnostic »), pour lesquels l'expérience des habitants peut être une source d'enrichissement du diagnostic, et d'autre part, la formulation d'enjeux et de priorités d'actions pouvant faire l'objet de réflexions thématiques. Cette étape peut se concrétiser si sont mis en place des structures permanentes de participation, tels que les ateliers urbains ou les conseils de quartier, favorisant des réunions thématiques, sur le long terme. C'est à cette étape que les acteurs publics font de plus en plus appel aux Systèmes d'Information Géographiques (Masbounji et McClure, 2007). La prise de décision, en elle-même, n'apparaît pas aujourd'hui comme un moment du processus lors duquel les habitants sont concrètement impliqués. On peut dire avec Brants, Huizenga et van Meerten (1996, p. 243), que le développement des outils de

e-participation n'a pas permis de dissocier les deux sphères qu'ils identifient dans le processus démocratique : une « sphère publique discursive » d'accès aux informations et opinions et permettant de participer aux débats, qui est en général accessible à tous ; et une « sphère de prise de décision », où les besoins de la sphère publique sont sélectionnés, déclinés en politiques publiques, décidés par le haut et exécutés. Le choix des priorités d'actions, les scénarii d'aménagements retenus et l'engagement surtout de fonds publics pour la réalisation d'un projet restent le fait des décideurs politiques. C'est lors de la mise en œuvre des projets urbains, après décision de la politique à engager, qu'interviennent la plupart des outils de concertation développés actuellement, qu'ils soient en ligne ou non. Cette concertation des habitants, qui ne peut, à cause du moment où elle intervient, être une réelle participation, s'appuie ainsi sur l'idée qu'il faut « convaincre » les récepteurs du bien fondé de la décision qui va engendrer des modifications sur les espace habités. Cette étape se situe ainsi déjà sur un autre registre, favorisant les outils de « com' » visant la valorisation du projet. L'information à cette étape est d'une nature cependant incertaine (Ascher, 2005), les détails d'un projet n'étant pas nécessairement tous connus, les résultats attendus n'ayant que le statut de « prophétie auto réalisatrice », et la réalisation concrète du projet n'ayant pas fait l'objet d'un phasage définitif. C'est dans cette étape que se concrétise la plupart du temps la stratégie de communication des acteurs publics, fournissant beaucoup d'informations sur la décision. Les outils d'e-feedback, comme indiqués dans le schéma ci-dessus, sont développés sous la forme de blogs, de forums, qui permettent aux habitants de donner leur avis sur la décision (cf. partie 1.3). Cependant, ces avis ne sont que consultatifs et le caractère « tardif » de la concertation fait l'objet de nombreux et fréquents commentaires critiques. Cependant, cette concertation peut

être, selon les cas, très nourrie, et, selon la volonté politique, apporter des amendements au projet. Cette étape peut coïncider avec des outils de concertation ponctuels ou permanents. Enfin, l'étape de l'évaluation reste encore aujourd'hui une étape exclusivement menée par les décideurs politiques et les techniciens. Très peu d'outils d'« évaluation concertée » existent, même si, encore une fois, les Systèmes d'Information Géographiques sont considérés comme un outil pertinent pour mener des évaluations et que quelques initiatives intéressantes voient le jour (cf. observatoire des pratiques participatives à Grenoble).

Les outils de la mise en œuvre de l'e-participation dans les projets urbains

Tout chercheur qui s'intéresse à la participation ne peut que constater le développement, dans de nombreuses communes, d'outils de communication électroniques, tels que les e-mails, les sites Internet (regroupés sous le terme de web public territorial), les blogs³, et même, de plus en plus, les techniques utilisant les téléphones mobiles⁴. L'e-participation peut être définie par tous les dispositifs qui sont mis en œuvre, le plus souvent, d'en haut, c'est-à-dire à l'initiative des collectivités locales ou de l'Etat, « pour permettre le débat et la consultation citoyenne sur telle ou telle question publique » (Flichy, 2007). L'e-participation regroupe les outils et technologies qui visent à mettre en ligne sur Internet les informations, les débats, les initiatives qui émanent des dispositifs de la démocratie participative, telle qu'on

³ Les blogs sont, le plus souvent, utilisés en parallèle des sites Internet dits officiels, cependant leurs modalités de fonctionnement sont particulièrement intéressantes pour la mise en œuvre d'une sphère discursive. En effet, chaque message posté sur un blog peut être commenté, contesté, mais surtout être « positionné » dans une sphère plus vaste grâce au système des rétroliens. <http://fr.wikipedia.org/wiki/retrolien>.

⁴ L'utilisation du téléphone par la ville d'Ipatinga au Brésil dans la consultation des habitants apporte quelques éclairages intéressants. En 2005, la municipalité a en effet mis en place un numéro vert permettant aux citoyens de certains quartiers de communiquer leurs priorités pour le budget municipal. Cette technique semble d'ailleurs la plus efficace pour inciter la population à participer à l'élaboration du budget. Plus de la moitié des participants aux assemblées de vote du budget ont indiqué que c'est la diffusion téléphonique qui expliquait leur présence.

l'observe en France : ce sont par exemple les e-conseils de quartier, les e-conseils municipaux, mais aussi tous les sites ou les pages de sites Internet qui contiennent de l'information sur les projets d'aménagements et récoltent l'avis du public (à cet égard, nous incluons par exemple, le site de la commission nationale du Débat Public⁵) par des moyens de « réponse » diversifiés (e-sondage, référendums en ligne, forums, etc.). Si la participation, du moins, dans la plupart des cas en France, garde un caractère consultatif, elle a trouvé sa place sur Internet, par la mise en œuvre d'outils variés d'information et de communication avec le public citoyen.

Les technologies d'e-participation aux projets urbains visent l'information des habitants, mais aussi le recueil d'éléments de connaissance de l'existant, de diagnostic. C'est pourquoi, nous pensons, à ce titre, que la forme du *blog* ou du *forum* est actuellement le symbole d'une volonté de mise en discussion de problématiques urbaines diverses. Les initiatives nombreuses des collectivités pour mettre en œuvre un dialogue sur des questions d'urbanisme, ne pouvant être décrites dans toute leur diversité, quelques exemples montreront les formes qu'elles peuvent prendre actuellement. La communauté urbaine de Brest a récemment mis en ligne un portail⁶ qui regroupe différentes modalités d'échange avec les habitants : un blog, où des « paroles d'habitants » sont présentées sous la forme de billets retranscrits ; un chat organisé une fois par trimestre où les acteurs du projet répondent en direct aux questions des internautes (la retranscription des débats est disponible en téléchargement), une liste de diffusion de la newsletter est accessible ainsi qu'une alerte SMS, et enfin, de nombreux documents de représentation du tracé du

⁵ <http://www.debatpublic.fr/index.html>

⁶ Pour plus d'information sur le portail du tramway de Brest voir <http://letram-brest.fr/portail> et l'article de Stéphane Semichon dans la revue *Urbanisme* (2007).

tramway, en 3D, sont accessibles. Ce portail dédié au tramway n'est pas le seul outil de participation « en ligne » de la ville de Brest qui a mis en place, depuis quelques années déjà, un blog dédié à la participation des habitants, chacun pouvant être rédacteur de messages, annoncer des initiatives locales, ou participer aux forums concernant la démocratie, l'urbanisme, les conseils de quartiers ou la vie citoyenne⁷. Ces deux exemples brestois ne sont évidemment pas les seuls, mais montrent que certaines villes s'investissent plus que d'autres, et que les choix qui sont faits, d'ouvrir le dialogue à tout participant, dépendent d'une volonté politique. A Grenoble, a été créé un site des « conseils consultatifs de quartier »⁸ qui donne accès à l'ensemble des débats qui ont lieu dans les conseils de quartier, aux documents sur les projets d'aménagement, sur les modalités de la concertation, et à l'actualité de la démocratie participative. Des forums sont également mis en place par les collectivités locales comme le lieu de débats nourris sur l'urbanisme et les projets urbains. Le forum⁹ de la ville de Toulouse apparaît comme un exemple pertinent, où les citoyens eux-mêmes lancent des sujets de discussion. Ce forum traite ainsi de l'urbanisme local et les participants y échangent des documents, des informations, des cartes, des photographies sur les secteurs en question. Ce type de forum est ainsi utilisé pour débattre, mais aussi pour faire émerger des éléments de diagnostic des situations locales, des exemples d'interventions dans d'autres villes, etc. En matière de diagnostic du territoire apparaissent de plus en plus des outils de recensement des « impressions » de citoyens quant à leur ville, leur quartier, etc. A ce propos le wiki de Brest¹⁰ est une initiative qui mérite d'être citée, permettant aux habitants de

⁷ <http://www.participation-brest.net/>

⁸ <http://www.ccs grenoble.org/index.php>

⁹ <http://forum.toulouse.fr/>

¹⁰ <http://www.wiki-brest.net/>

participer à la connaissance d'un territoire brestois, d'écrire l'histoire et l'actualité des Brestois, de donner un écho à des initiatives telles que les parcours sonores dans la ville, etc. Ces exemples, encore peu nombreux en France, donnent cependant une image de la construction d'une citoyenneté électronique, où le territoire et les projets d'aménagement sont au cœur des débats, par des outils de participation permanente, ou au moins sur le long terme.

Cependant, au premier stade de la « sphère publique discursive » se situe la diffusion d'informations qui reste le principal objectif des contenus relatifs à l'aménagement du territoire que l'on trouve actuellement sur les sites Internet officiels des collectivités locales, autrement appelés sites « vitrine ». Le web public territorial, est ainsi aujourd'hui très bien développé, dans le sens où les villes se sont déjà dotées de plusieurs générations de sites Internet, qui ont favorisé la mise en ligne d'informations diverses : documents de planifications, délibérations des conseils municipaux, informations sur les projets d'aménagement, contacts avec les services concernés, etc. Ces sites Internet s'intègrent dans une stratégie globale de communication menée par les collectivités locales : le site ne remplace pas la presse territoriale, les expositions, les documents consultables en mairie, ou encore les réunions d'information, il s'inscrit en complément dans le paysage médiatique de la communication locale. Cependant, un changement important est à noter : les sites Internet ont grandement contribué à l'essor des images virtuelles, et des supports multimédias représentant le territoire (vidéos, animations 3D), comme moyen privilégié de médiation du contenu des projets urbains. Nous faisons ici l'hypothèse que l'évolution majeure qu'ont connue les outils d'information au niveau des projets urbains a été l'apport des outils de représentation numérique des territoires (images

3D, animations vidéo, etc.). Si les outils de l'e-participation, tels que les blogs et les forums cherchent à favoriser l'expression de la diversité des représentations territoriales, de la richesse des expériences vécues par les habitants, nous pensons que les outils d'information sur les projets urbains, utilisant de plus en plus des images virtuelles produites par ordinateur, amènent, nous allons le voir, à une certaine uniformisation de la représentation territoriale.

La communication imagée des projets urbains : entre espace « produit » et espace vécu

Les expérimentations qui visent l'amélioration de la participation des habitants aux projets urbains en utilisant les nouveaux outils de communication offerts par le développement d'Internet et des technologies collaboratives, constituent, selon nous, un terrain de recherche original pour l'analyse de la participation des habitants aux projets urbains. Nous mettons en évidence, dans cette partie, l'importance du recours aux images de synthèse qui s'est généralisé ces dernières années dans la communication autour des projets urbains. En focalisant notre étude sur la représentation de l'espace urbain qui est fabriquée et diffusée grâce aux technologies numériques, nous nous interrogeons sur le rôle de médiation qui est joué par les images de l'espace futur dans le contexte de la communication autour des projets urbains. En effet, la possibilité accrue de représenter finement l'espace du projet, par la modélisation 3D et l'animation d'images de synthèse, est à l'origine de la création d'un nouveau corpus de l'iconographie territoriale, qui véhicule certaines valeurs et redéfinit, d'une certaine manière, le statut qui est attribué à l'espace. Nous identifions ainsi que le statut de l'espace futur, médiatisé par ces images de synthèse, est double : l'espace futur est, d'une part, une représentation de la réalité socio-spatiale

actuelle modifiée par le projet urbain, et donne à voir une image nécessaire simplificatrice de l'espace vécu des habitants, point de départ du débat ; d'un autre point de vue, l'espace urbain représenté par ces images peut être considéré comme un « produit » qu'il s'agit de valoriser et de commercialiser. L'image 3D devient un outil du marketing urbain et de la valorisation de l'espace futur à destination d'acteurs économiques ou de futurs habitants. Dès lors, selon le contexte dans lequel ces images sont utilisées, elles vont être un outil de débat ou un outil de valorisation. Nous verrons ainsi que ce double statut des images 3D peut constituer un facteur de blocage dans le débat public, et un enjeu pour la compréhension des mécanismes de la participation.

Les impacts des sites Internet publics sur l'iconographie territoriale

L'observation des usages des nouvelles technologies d'information et de communication qui sont mises en œuvre par les collectivités locales met en avant leurs impacts sur la production d'images du territoire. En effet, nous pensons que la valorisation des nouvelles technologies comme outil de redynamisation du lien démocratique et du lien social, agit comme un nouveau référent normatif, partagé par les acteurs publics, qui rend toute innovation technique (qu'elle soit du domaine de la communication, ou de la production d'information) indissociable de cet élan jugé si positif. Ainsi, nous pensons qu'il est nécessaire de garder en tête que les discours sur les nouvelles technologies de communication dans le champ de l'aménagement n'ont que trop peu distingué jusqu'à maintenant, la phase d'information et de production d'une vision du territoire, de la phase de débat, d'échange sur cette représentation du territoire. Toutes les nouvelles technologies participent, a priori, à un meilleur débat, à une meilleure démocratie participative.

Cependant, la nature de la représentation qui est obtenue à partir d'outils informatiques tels que les logiciels de représentation numérique de l'espace, n'a pas ou presque pas été questionnée, tant elle a été assimilée, confondue ou emportée dans l'enthousiasme pour Internet et les outils de débats qui y sont mis en œuvre. L'engouement pour l'e-démocratie et le développement très rapide des sites Internet ont masqué l'appauvrissement que le recours aux images numériques, aux techniques multimédia, pouvait engendrer au niveau de l'information qui y était dispensée sur les projets urbains. Nous souhaitons ainsi montrer par la suite que ce contexte de démocratie renouvelée a participé à masquer une utilisation accrue des images virtuelles de l'espace, des vidéos en 3D, qui sont certes, de très bons outils de marketing territorial, mais qui ne permettent pas de rendre compte de la diversité territoriale.

L'iconographie territoriale est modifiée par les outils de communication qui sont depuis quelques années à la disposition des collectivités locales, dans le sens où la prégnance des images virtuelles en trois dimensions, représentant l'espace urbain dans sa future configuration, a fait oublier, au fur et à mesure, les plans, cartes et schémas d'organisation spatiale. Le recours de plus en plus fréquent aux bureaux d'études et aux métiers du graphisme et de la publicité pour concevoir la stratégie de communication et le contenu de l'information sur les projets urbains a favorisé la représentation du territoire avec des logiciels de dessin et de publication assistés par ordinateur qui donnent un fort avantage à la vision 3D par rapport au plan. Comme l'explique Ariella Masboungi, « *la plupart des représentations sont réalisées par les mêmes agences spécialisées dont on reconnaît la patte dans les jurys de consultation urbaine, ce qui introduit des confusions dans les projets : mêmes arbres, mêmes immeubles, dont on dispose*

dans les bibliothèques de projets des logiciels... cela tend à rendre les représentations très uniformes » (2007, p. 40).

La prédominance de la représentation en 3D des espaces urbains semble devenir une tendance, notamment avec les initiatives de plus en plus nombreuses de maquettes virtuelles des villes (Cannes 3D, Rennes Citévisions, et bientôt Brest) qui servent maintenant de point de départ aux projets d'aménagement, qu'il s'agisse d'équipements, de logements ou d'infrastructures. Comme l'exprime Alain Loubière : « *Aujourd'hui, sur n'importe quel site Internet d'une ville en convention ANRU, vous trouvez une photo aérienne et le plan détaillé du site concerné, quand ce n'est pas une image 3D du devenir du quartier ! Le mariage de la 3D et d'Internet fait des ravages » (p. 37).* La modélisation en trois dimensions de l'espace urbain, si elle a une puissance représentative indéniable, a cependant, nous allons le voir, des inconvénients certains. En premier lieu, l'usage des images virtuelles ne sert pas uniquement l'objectif de « prodiguer de l'information aux citoyens », elles servent avant tout les politiques de marketing des collectivités.

Le marketing urbain et le langage des images virtuelles

Le projet urbain se conjugue comme une réinterprétation de l'espace urbain et de ses qualités, notamment à travers des politiques de renouvellement, qui sont actuellement préférées à des politiques de développement. La réinvention des espaces urbains passe par des interventions « physiques », mais joue avant tout sur la symbolique de l'espace. Le développement de politiques de marketing des territoires montre bien la complémentarité aujourd'hui dans les projets urbains entre renouvellement du bâti et revalorisation symbolique d'un territoire (Carrière J.P. et Demazière C., 2002). Cet intérêt grandissant pour l'image du territoire aménagé

passé largement par des interventions qui redéfinissent les contours de l'identité d'un quartier : on parle de « nouveau visage » mettant en œuvre une conception de la valeur urbaine passant par sa composante affective, sensible. Ces projets urbains visant la revalorisation d'un territoire s'appuient sur divers outils de communication qui représentent l'espace en projet en « mettant en scène » (Avitabile, 2005) les valeurs urbanistiques (centralité, mobilité, accessibilité, etc.), le mode de vie, les pratiques (qualité du cadre de vie, ambiance, équipements, sécurité), la qualité esthétique et paysagère des espaces publics et du bâti. Ces éléments, que l'on identifie comme de nouvelles valeurs, participent à la redéfinition de l'identité de l'espace aménagé dans le sens où elles définissent un nouvel « habiter¹¹ ». Les représentations médiatisées par les outils de communication tels que les sites Internet forment ainsi un langage, dans lequel les interventions matérielles concrétisent le changement en l'enracinant dans les représentations des habitants (Dumont, 2006). En insistant, voire en focalisant uniquement sur certaines opérations, les objets architecturaux singuliers, les projets emblématiques et visibles, la communication accompagnant la réalisation du projet vise ainsi à la « bonne réception » du renouvellement de l'espace urbain, pour en assurer, en quelque sorte, l'efficacité (Söderström, 2000a). Elle permettrait de contribuer à la restructuration des représentations de l'espace en projet et de l'identité des individus qui y habitent. Ainsi la présence systématique d'images sur les sites Internet favorise l'idée que l'espace en projet est donné à « percevoir » plus qu'à « comprendre ».

¹¹ Le concept d'habiter développé par Heidegger est notamment défini, par Marie-Line Félonneau (2004), comme la manière dont une personne s'installe dans un lieu, y reste, et s'y protège, construit un abri, à la fois en fonction de sa propre trajectoire de vie, avec les dynamiques spatio-temporelles que cela présuppose, et de sa façon de s'insérer dans la fabrique sociale. *Habiter* est plus que « vivre dans » un environnement particulier : cela implique une manière d'investir sa propre affectivité, son imagination, ses émotions dans le rapport avec la réalité. Pour une analyse plus complète de l'implication de l'habiter dans le projet urbain, cf. Bailleul et Feildel (2007).

Pour illustrer notre propos, le tableau suivant (Tableau 1) présente les relations, pour une opération d'aménagement donnée, entre valeurs fonctionnelles, valeurs symboliques et utilisation de l'image et de la simulation 3D. Ce tableau a été réalisé à partir de l'analyse d'une animation 3D mise en ligne sur le site de la ville du Havre¹² et présentant les différentes opérations du projet urbain Saint Nicolas. Ce vaste projet urbain a pour objectif de restructurer l'ancien quartier portuaire de la ville en se basant sur la réutilisation de friches industrielles et avec la volonté de mettre en œuvre une mixité fonctionnelle et sociale. Diverses opérations sont actuellement en cours de réalisation : la restructuration des docks Vauban en centre commercial ; l'implantation du Centre de la Mer et du Développement Durable, équipement emblématique conçu par Jean Nouvel ; la construction d'un complexe aquatique à l'emplacement d'un ancien hangar de stockage ; la réalisation de 400 logements de standing sur le site de la friche Caillard et enfin, une opération mixte de logements et de locaux tertiaires dans les entrepôts réhabilités des docks Dombasle. Tout le long de ces opérations, un parc urbain a été aménagé pour mettre en valeur le paysage urbain et la présence des bassins¹³.

	Valeurs symboliques	Valeurs fonctionnelles	Médiation par l'image (animation)
Parc Urbain	Vitrine, mise en valeur du cadre exceptionnel, qualité environnementale	Liaison piétonne avec le centre-ville, espace de promenade et de loisirs	Visions de jour et de nuit, cartographie dynamique accentuant les liens, travelling simulant la promenade
Docks Vauban	Idéal d'une société des loisirs, modèle	Nouvelle centralité commerciale,	Un espace fréquenté, avatars, mouvements,

¹² http://www.ville-lehavre.fr/delia-CMS/grands_projets/index/article_id-/topic_id-441/pic-urban.html

¹³ Pour une présentation plus approfondie du projet urbain Saint Nicolas et une analyse des processus de valorisation, cf. Bailleul (2006).

	américain du centre commercial ludique	redynamisation du quartier, création d'emplois	animation (travelling), visite intérieur – extérieur, effets de transparence et de connexion
Centre de la Mer	Monument, architecture emblématique, visibilité du quartier et de l'agglomération	Equipement au rayonnement national, le Havre comme destination touristique	Vue aérienne depuis le haut de la tour (360°), accentuation de la hauteur du bâtiment (vue en contre-plongée), détails architecturaux
Complexe Aquatique	Implantation d'une architecture moderne dans un site patrimonial industriel	Equipement de loisirs avec une forte attractivité au niveau de l'agglomération	Vue aérienne, traitement des espaces publics, animation des espaces publics
Friche Caillard	Mythe du « vivre ensemble », esprit village, convivialité, qualité du cadre de vie	400 logements de standing pour attirer des populations de cadres dans un quartier populaire, mixité sociale	Mise en valeur de l'architecture (travelling sur les bâtiments), amplification du changement (vue avant-après), convivialité (vue au niveau du piéton)
Docks Dombasle	Valorisation du patrimoine industriel, des formes d'habitat innovantes, originales	Mixité fonctionnelle, aide à la création d'entreprise, seconde centralité dans le quartier	Transparence des parties nouvelles, mise en valeur de l'environnement urbain (bassins, parc urbain), activité (piétons, voitures)

Tableau 1 : Analyse du contenu de la simulation vidéo du projet Saint Nicolas au Havre

Ce tableau met en évidence que les outils de représentation de l'espace tels que les images et les animations, qui sont de plus en plus utilisés dans le cadre de la communication des projets urbains, participent de l'information et donc du message qui est délivré aux habitants. Ainsi, la mise en œuvre des outils d'une e-démocratie

procède-t-elle à la fois d'une volonté de « communiquer avec », pour une action partagée dans et sur le territoire et d'une volonté de « communiquer sur », pour participer à une dynamique d'attractivité du territoire (sur les entreprises, les habitants extérieurs, etc.) qui peut venir compléter celle qui a été enclenchée par le projet urbain. Pour illustrer ce propos, nous citerons le discours d'un professionnel en charge du projet urbain Saint Nicolas au Havre¹⁴ : « *Le site Internet sert plus à faire connaître le projet à l'extérieur, au niveau national ou européen qu'à l'intérieur de la ville [...] Selon moi, le site Internet est plus utile pour les promoteurs, les autres villes françaises que pour les habitants... Internet met en place des réseaux, mais plus au niveau global, qu'au niveau local...* ». Dans la démarche de marketing territorial, les images virtuelles des projets urbains tiennent une grande place, permettant de montrer la vision « ultramoderne » que se donne le territoire. La présence de ces images sur de très nombreux sites Internet, parfois bien en dehors des pages essentiellement consacrées aux projets urbains, nous pousse à les considérer plus comme une « vitrine » donnant à voir la ville dans quelques années, que comme des outils de médiation d'une politique locale d'aménagement.

Communiquer sur et communiquer avec : deux usages des images virtuelles d'un espace en projet

Le corpus que nous avons plus particulièrement étudié est celui des images qui sont réalisées et utilisées dans le cadre de la communication autour d'un projet urbain, à la fois diffusées sur des sites Internet (de la ville, dans le cas du Havre, ou dédié au projet, dans le cas de Tours¹⁵) et dans la presse locale, dans des expositions, ou lors de réunions publiques. En effet, ces outils de représentation de l'espace futur réalisés à

¹⁴ Entretien réalisé le 26 juillet 2006.

¹⁵ http://www.set.fr/actus_2lions/

partir d'images de synthèse sont de très puissants vecteurs de l'information, qui apportent un caractère ludique et attractif. La forme que prend l'information sur l'espace futur, diffusée en ligne sur les sites Internet et par d'autres médias de communication, a un impact sur la perception et le jugement qu'en font les habitants. La volonté de rendre attractif un territoire en devenir pour y attirer populations et entreprises implique un certain type d'images et une stratégie ciblée de communication. D'un autre point de vue, la même stratégie globale de communication vise les habitants actuels et le débat sur l'espace en projet. Les professionnels de la communication interrogés ont ainsi insisté sur le fait que la cible des images et des outils de communication comptait énormément dans le processus et dans la stratégie à mettre en place. Cependant, ils précisent également la difficulté à identifier le public « habitant » et à élaborer une représentation « partagée » de l'espace urbain. Lors des enquêtes réalisées auprès des professionnels en charge de l'aménagement des quartiers a été mentionnée plusieurs fois la possibilité d'un « malentendu ». Par exemple, une directrice du développement a déclaré : *« on voulait effectivement un quartier qui soit dense, c'est-à-dire quand même un vrai morceau de ville, parce qu'on pense que, c'est très sympa de vivre en ville... le vrai risque c'était le malentendu... c'est-à-dire que les gens viennent ici en pensant être tout près de la ville, mais à la campagne... »*. Ce malentendu a été selon elle entretenu par les commercialisateurs des logements, mais il l'est aussi par les slogans (« *une maison avec le Cher pour jardin* ») et les images qui servent à la communication du projet (fig.2) où l'aspect naturel est très largement mis en avant. Pour illustrer ce malentendu nous pouvons rapporter ici notre expérience du comité de suivi du projet qui a eu lieu durant le mois de juillet 2007. Le débat qui a eu lieu lors d'une visite du quartier rassemblant élus, techniciens et habitants s'est focalisé sur la

question des espaces verts et de leur entretien. Ces échanges ont montré le grand attachement des habitants à leur cadre environnemental, et il a été fait référence aux images du projet qui prévoyaient de larges espaces verts, faisant encore défaut.



Figure 2 : Visuel proposé par le promoteur des logements de standing en construction dans le quartier des 2 Lions à Tours

Une simulation vidéo du quartier à l'horizon 2009, fabriquée à partir d'images de synthèse a été projetée lors d'un conseil de la vie locale (équivalent des comités de quartier à l'échelle de tous les quartiers Sud de Tours) et a suscité quelques réactions quant à l'aspect très minéral du quartier. Une habitante s'est plainte de voir toute la surface du quartier rendue « *imperméable* » (fig.3). Cela ne correspondait pas avec l'image que l'on donnait habituellement de ce quartier un peu « *campagne à la ville* ». Ici encore les élus se sont efforcés de rappeler que ce quartier avait pour première vocation d'être un quartier urbain dense. On peut voir ici la difficulté à nuancer les représentations que les habitants se font de leur quartier, d'autant plus lorsqu'elles

sont fondées sur des images. Que l'image confirme ou infirme la représentation que les habitants se font de leur quartier, elle a un certain pouvoir de « sidération » dans le sens de Baudrillard (1981), en tout cas dans un premier temps. Lors de la diffusion de la vidéo, le discours sur le projet était brouillé par l'image, qui établissait une forme de certitude par rapport aux paroles des acteurs qui la commentaient sur le registre du possible. Pour appuyer ce point, nous pouvons citer certaines « précautions » que l'on voit de plus en plus fréquemment apparaître dans les vidéos de ce type, soulignant le caractère non contractuel des images diffusées.



Figure 3 : Image issue de la simulation 3D du nouveau quartier des 2 Lions à Tours

Ainsi, l'utilisation d'outils techniques de représentation d'une grande qualité et d'une grande finesse a donc, dans le cadre de la participation, des effets non attendus. Loin de provoquer l'adhésion des habitants, ils provoquent plus souvent des réactions de méfiance. Comme l'explique un acteur du projet, l'utilisation

d'images et d'outils informatiques est à double tranchant : « *j'avais fait faire une super simulation, parce que j'ai l'habitude de travailler avec des professionnels... et on m'a dit « oui, vous vouliez un peu... vous vouliez nous impressionner avec votre truc »... non, je voulais me faire comprendre... donc ce n'est pas du tout la même chose, je n'ai pas fait ça pour vous intimider ou vous impressionner, j'ai fait ça pour me faire comprendre... que au moins, si vous n'êtes pas d'accord, vous soyez pas d'accord avec le vrai projet [...] le sujet c'est : quels sont les outils qui permettent qu'on se comprenne sans aller trop loin pour faire peur... ».* Cette remarque met bien en évidence la difficulté des outils de représentation à « communiquer avec ». Les images sont tout à fait adaptées à une stratégie de communication qui vise la promotion de l'espace en projet, mais à partir du moment où elles sont utilisées pour susciter le débat, leur forme trop aboutie peut provoquer de vives réactions. En effet, comme le souligne Henri de Caevel, le propre du monde virtuel est de ne contenir que ce que le programmeur y a mis, ne laissant pas de place à « *l'interprétation et donc à la projection d'émotions* » (De Caevel, 1996).

Ces constats et ces analyses des expériences d'acteurs en situation de concertation nous ont donc conduit à essayer de comprendre plus en profondeur ce qui était mobilisé par l'habitant lors de la réception de ces images. Nous allons présenter maintenant quelques résultats du travail de terrain mené sur le projet urbain Saint Nicolas au Havre.

La communication en acte : regards d'habitants sur les projets médiatisés par Internet

La compréhension des nouvelles formes que prend la communication démocratique autour des projets urbains avec l'arrivée des technologies de communication et des images de synthèse ne peut se faire, selon nous, sans analyser la manière dont

l'habitant réceptionne et interprète, par ce média, l'espace en projet. Le propre des nouveaux outils de participation électronique est d'isoler l'habitant face à l'interface du site Internet. Pourtant, nous proposons d'analyser la réception des projets urbains par les habitants au niveau de l'individu et du jugement qu'il opère à partir de ces images. Nous mettons en évidence que les mécanismes saillants qui permettent à l'individu de porter un jugement positif ou négatif sur l'espace futur reposent sur sa capacité à s'identifier avec cet espace. L'enquête menée auprès des habitants d'un quartier du Havre a ainsi montré comment ceux-ci se positionnent par rapport à l'image de l'espace futur, en jugeant l'espace futur à l'aulne de leur espace vécu. Les aspects cognitifs et affectifs de la réception d'une image 3D (herméneutique) nous montrent que la nature de l'image, mais aussi le contexte dans lequel elles sont utilisées, sont des éléments qui influent sur le jugement des habitants et sur leur capacité à débattre sur l'espace futur. Nous concluons sur les conditions selon lesquelles il nous apparaît que les images 3D pourraient être un outil de médiation dans le débat sur l'espace urbain.

La relation de l'individu à l'information sur les projets urbains : pour une approche individu-centrée des dispositifs participatifs

L'étude des situations de débat, qu'elles soient « en ligne » ou non, a visé classiquement la compréhension des processus de négociation, de conflits ou d'engagement dans le projet (Bacqué et Rey, 2005 ; Blondiaux et Lardon, 2006) : quelles sont les raisons de l'engagement des habitants, quelles formes peut-il prendre, est-il à la base de mouvements sociaux, d'organisations ? Dans le cas des débats en ligne, la capacité d'Internet à créer des réseaux sociaux a également été soulignée de nombreuses fois (Flichy, 2008). Patrice Flichy parle à ce sujet d'une

« *colle sociale* » qu'Internet permet de consolider (2008), notamment par la création de ces communautés, qui donnent lieu à de nouvelles formes de relations sociales que l'on peut appeler « *individualisme connecté* » (Flichy, 2004). En effet, les individus qui sont amenés à créer et prendre part à un collectif « virtuel » restent, dans ces dispositifs, isolés face à l'information et aux prises de parole (ou plutôt aux messages postés). D'un autre côté, l'intérêt de l'information et de sa diffusion réside dans ce qu'elle permet ainsi aux citoyens « *de s'approprier les termes de la décision* » (Le Bart, 2003, p. 61). L'information et la connaissance de l'espace sont au centre de la démocratie participative, mais dès qu'est mise en avant la question de l'information comme base d'une action concertée entre élus et habitants, le spectre de la manipulation de l'information l'accompagne. Les moyens de sa diffusion, sa nature ou encore sa forme sont régulièrement questionnés (Joerin *et al.*, 2001) et l'introduction de nouvelles techniques de communication et d'information pose avec encore plus de force cette question.

C'est pourquoi notre recherche tente, en adoptant un autre point de vue, de comprendre ces processus de négociation, de reformulation d'un espace urbain, au niveau, cette fois, de l'individu. Cet intérêt pour une échelle individuelle d'observation est poussé par l'idée que les nouveaux outils de participation « en ligne » ont pour caractéristique de se concrétiser par une relation individualisée au débat public et à l'information sur le projet urbain et sur l'espace. L'observation que nous avons menée sur deux projets urbains français a pour objet principal l'iconographie territoriale qui est produite actuellement et sa réception par les habitants. Nous avons ainsi pu observer que la contradiction qui peut se jouer autour de l'usage des images, entre valorisation d'une conception de l'espace futur et

volonté de débattre sur les enjeux d'un espace, donne un statut peu clair aux images virtuelles des projets urbains, et que leur réception met en évidence ces contradictions.

Si la perception de l'espace en projet est enrichie par les techniques de simulation et de représentation de l'espace aboutissant à des représentations véristes très proches de la réalité (Debarbieux B. et Lardon S., 2003), les effets de ce type de représentations sur la réception du projet par les habitants, et par extension sur le jugement qu'ils en font, posent question. A l'inverse de la sidération¹⁶ affirmée par Jacques Baudrillard (1981), les messages ne sont pas systématiquement reçus comme leurs auteurs le souhaiteraient, c'est-à-dire que les récepteurs peuvent négocier les informations, les modifier partiellement ou s'y opposer, et ne se conforment pas seulement à une lecture hégémonique (Hall, 1984). En lien avec des réflexions dans le champ des sciences de la communication (Mucchielli A. et Guivarch J., 1998) et de la théorie de l'information (Sfez, 1992), nous avons observé les significations que les habitants donnaient aux outils et contenus de la communication des projets. La perception des images des espaces en projet ne réside pas seulement dans ce qui est visible, mais aussi dans les références (à des valeurs, des croyances ou des idéologies) que l'individu peut construire à partir de l'interprétation de ce qu'il perçoit.

Réception de l'espace imagé et processus d'identification à l'espace en projet

Le phénomène de réception de la communication, dans la situation que nous étudions, se situe à l'échelle de l'individu qui est face à une interface. Nous positionnant dans une analyse situationnelle de la communication (Mucchielli A. et

¹⁶ La sidération : le spectateur des médias n'est qu'un élément recevant des informations qu'il prend pour la réalité même.

Guivarch J., 1998) nous identifions le cadre de la réception de l'information par l'habitant comme incluant l'environnement sensoriel, technique, spatial, culturel qui est mobilisé à ce moment.

L'analyse du cadre de la réception¹⁷ amène à se focaliser sur trois éléments primordiaux de la construction du rapport à l'espace en projet :

- la réception, conçue comme un processus actif de prise de connaissance, qui peut être assimilée à ce que Hans Robert Jauss décrit comme « herméneutique d'une œuvre littéraire », basée sur des « horizons d'attentes » qui constituent un genre de cheminement, de prédisposition à la réception d'une œuvre (Jauss, 1978) ;
- la perception définie comme interprétation de la signification des objets dont nous avons connaissance (Schütz, 1987) ;
- la représentation mentale que fabrique l'individu qui réceptionne l'information. Comme l'explique Jean-Paul Sartre, l'image que la conscience crée d'un espace n'est pas le résultat d'une simple perception : « l'imagination est une intentionnalité » (Sartre, 1967). Ainsi, l'individu qui reçoit se situe dans un processus de jugement et d'interprétation qui le conduit à adopter une attitude pour ou contre l'espace futur qu'il se représente.

¹⁷ L'analyse de la réception de la communication autour des projets urbains fait l'objet du travail de thèse mené par Hélène Bailleul à l'Université de Tours.

Le travail d'enquête mené au Havre met en évidence que la réception des images du projet implique la reformulation de l'espace habité, à travers un processus de jugement de valeur des images. Dans le phénomène subjectif de la réception, les enquêtes démontrent l'implication d'un processus d'identification à l'espace futur : la personne se projette comme habitant de l'espace futur et inclut dans son horizon d'attente un rapport construit à l'espace actuel, son habiter¹⁸, qui implique son identité (Mannarini, 2006). Pour Paul Ricœur, l'identification permet à l'« autre » d'entrer dans la composition du « même ». Pour une grande part, l'identité d'une personne ou d'une communauté est faite de ces « identifications à » des valeurs, des idéaux, des personnes, des modèles, dans lesquels la personne ou la communauté se reconnaît (Ricœur, 1990). L'identification devient, dans un tel dispositif, une reconnaissance du même et participe à ce que les géographes appellent l'identité spatiale (Di Méo, 2007), c'est-à-dire la dimension spatiale de l'identité que chaque individu peut chercher à développer.

La réception : un processus de jugement et de positionnement de soi par rapport à l'espace imagé

L'analyse de la réception de l'espace en projet a montré que le changement et la dissonance entre espace vécu et espace représenté impliquent une réaction et un positionnement de l'individu « pour » ou « contre » le projet. Ce jugement mobilise lors de son explicitation par le discours des individus différents référentiels qui offre chacun une clé de lecture de la complexité du rapport à un espace en projet. Le référentiel qui apparaît le plus saillant est le référentiel identitaire qui s'exprime

¹⁸Le terme *habiter* est utilisé dans le sens heideggérien d'« être au monde », d'un rapport à l'espace qui se construit par les pratiques et les significations que l'expérience quotidienne lui donne et lui redonne (Heidegger, 1960).

notamment à travers un jugement d'inclusion ou d'exclusion de l'individu dans l'espace en projet. L'emploi des pronoms « nous » et « eux » pour identifier habitants actuels et habitants futurs de l'espace montre tout particulièrement la volonté de l'individu de s'inclure ou non dans le futur espace de vie. La qualification de l'espace en projet comme « juxtaposé » et qui développe ses propres caractéristiques, étant habité par les « autres », est commune aux personnes interrogées qu'elles se positionnent « pour » ou « contre ». En contrepartie, l'identification à un « nous » représentant les habitants du quartier actuel est très fréquente¹⁹.

A partir de ce positionnement, le jugement par rapport à l'espace de projet est fonction du sentiment d'appartenance au quartier actuel. Les personnes réfractaires au changement sont celles qui s'identifient le plus fortement au quartier actuel. Le positionnement de l'individu comme dépositaire de l'identité « réelle » du quartier, l'entraîne à définir ou au moins délimiter celle des futurs habitants. La représentation médiatique qui met en avant une vision relativement « idéalisée » de l'espace futur, favorise la dissonance entre espace vécu et espace en projet. L'identité projetée des futurs habitants est, par influence, « idéalisée » et présentée comme diamétralement opposée à celle des habitants actuels. Cette identité fantasmée des futurs habitants peut être jugée comme un élément positif ou négatif. Certains individus attendent des changements dans leur espace vécu et vont considérer que les nouveaux habitants peuvent les apporter ; d'autres, au contraire, vont juger l'arrivée de nouveaux habitants comme une « menace » pour leur identité, leur mode de vie et finalement pour l'espace vécu. Lorsque l'individu décrit, par anticipation, les pratiques dans le quartier, il mettra en avant une vie quotidienne marquée par une

¹⁹ Voir sur ce point les travaux de Patricia Obst sur « l'identification sociale et le sens de la communauté » (Obst & White, 2007).

certaine ségrégation, où distance sociale et distance spatiale se concrétiseraient au quotidien.

Ainsi le positionnement dialectique de l'individu par rapport à un « nous » et un « eux » est source d'une vision dichotomique de l'espace où l'espace en projet n'est pas « intégré » à l'espace vécu, mais placé en opposition ou en dehors. Les termes employés pour « situer » le futur espace sont révélateurs de cette représentation. Le différentiel entre espace vécu et espace conçu/médiatisé est marqué dans les discours par une frontière entre un « ici » et un « là-bas » et un « bon côté » et un « autre côté ». Les habitants n'anticipent pas les relations entre leur espace vécu et l'espace en projet, d'autant plus que la représentation médiatique ne fait pas du tout mention du quartier à l'état actuel. Certains habitants dénoncent cet « effacement » du quartier tel qu'il est, ce qu'ils interprètent comme une volonté radicale de changement, qui passe notamment par un changement de l'identité et du mode de vie. Le positionnement identitaire qui a été très majoritairement développé dans les discours recueillis pousse ainsi à conclure que le rapport à l'espace en projet est très étroitement lié à la représentation de *soi*, et que la capacité des individus à s'identifier à l'espace est très largement impliquée dans la réception des images d'un projet urbain. L'individu fonde son jugement sur un positionnement « spatial » entre le dedans et le dehors, et sur une identification du « nous » et du « eux » qui conditionne sa capacité à s'identifier à l'espace en projet et son positionnement pro- ou anti- projet. Le jugement de l'espace en projet se focalise ici sur la dialectique espace vécu et représenté/ espace conçu et communiqué²⁰ avec, nous l'avons vu, une

²⁰ Cf. Nous nous référons aux travaux de Kant sur le jugement (1951), notamment la définition du « jugement de goût » par rapport à une œuvre. Ce type de jugement s'apparente à l'activité interprétative de la perception d'une œuvre, c'est-à-dire ce qui est de l'ordre de la forme d'une œuvre mais aussi des valeurs qu'elle véhicule. Il

importance du référentiel identitaire. L'activité de réception d'une information par l'individu identifie plus que ce qui est seulement « visible » ou explicite. Elle est déjà une interprétation mais qui est ressentie comme « contrainte ». En effet, l'image virtuelle, jugée comme « parfaite », ne laisse pas l'individu « entrer », elle est entière, et favorise la perception du futur espace comme un « microcosme » à part. Le fort réalisme des images a ainsi parfois conduit les individus à interpréter les vêtements des avatars comme le signe que les futurs habitants seront des gens aisés. On peut voir dans cet exemple que les images virtuelles ont parfois un certain pouvoir de sidération.

Conclusion : retour sur le statut de l'espace dans les dispositifs d'e-participation

Michel Lussault, dans son analyse des mondes virtuels, décrit l'espace virtuel comme « le royaume du générique, de l'urbain lisse et uniforme... ces espace virtuels promeuvent la domination d'un standard : celui de l'urbain mondialisé, globalement peu dense, tel qu'il se répand aux Etats-Unis... Le décor urbain simulé ne constitue qu'un cadre assez neutre, doté d'aménités aseptisées... » (2007, p. 72). Ainsi, l'image virtuelle d'un espace en projet ne crée pas de débat sur l'espace, elle fait émerger des conflits de représentation, des conflits identitaires mais presque pas de réflexions sur le contenu d'un projet, sur ses enjeux. Dès que le débat commence, à partir des images de synthèse, les gens s'extraient du contexte numérique, font appel à la « réalité », alors que cette réalité elle-même n'est pas définie, en tout cas, pas toujours définie de manière partagée. Que ce soit l'espace imagé des concepteurs ou l'espace vécu des habitants, dans les débats sur les projets urbains, le statut de l'espace est

insiste sur le fait que le spectateur est amené à reconstruire une signification en rattachant sa perception à son monde vécu.

Hélène Bailleul - Les nouvelles formes de la communication autour des projets urbains : modalités, impacts, enjeux pour un débat participatif. Analyse du rôle des images dans le débat participatif autour de deux projets urbains en France

toujours celui de l'inconnu. En effet, la première nécessité pour tout débat est de « définir » l'espace dont il est question, au moins de le délimiter, de lui donner des caractéristiques, d'en débattre, et enfin de s'accorder pour que collectivement, lorsque l'on parle du quartier « X », tous les participants aient à peu près une idée claire de ce dont il est question. Or, dès lors que le débat commence par une représentation, non pas du quartier actuel, mais du quartier tel qu'il pourrait être, il tombe dans le conflit de représentation des représentations spatiales. L'espace de la rue, du vécu quotidien deviennent des échappatoires pour les individus qui ne reconnaissent pas leur quartier dans ces images. Car ce dont il est question dans les débats, c'est de la vie quotidienne des habitants, du cadre bâti autant que du cadre social, des perceptions et des émotions que les individus ressentent quand ils sont dans leur quartier, des attachements qu'ils ont lié avec un coin de rue, une boutique et les images de synthèse ne peuvent rendre compte de cette complexité territoriale (Roggero, 2006).

La volonté d'intéresser les habitants aux débats qui concernent leurs espaces de vie, pour qu'ils contribuent à l'amélioration des projets urbains est effectivement visible à travers la dynamique avec laquelle les outils de e-participation se développent. Mais l'engouement pour les technologies nouvelles fait parfois oublier la différence entre stratégie de communication et marketing. Le recours aux images de plus en plus systématique est, selon nous, un signe de la confusion qu'il peut y avoir entre rendre le débat plus ludique, en favorisant une participation rendue plus souple par le dépassement de contraintes traditionnelles (manque de temps, incompréhension, difficulté de lecture des plans...) et chercher à persuader du bien fondé d'une décision. De plus le contexte de développement des nouvelles technologies est

aujourd'hui très lié à une certaine privatisation de la communication politique, qui est confiée aux designers, aux studios de création graphique, aux agences de communications, et plus aux élus ou aux techniciens.

Partant de ce constat, il apparaît indispensable de rappeler la nécessité d'une communication adaptée, qui soit réalisée et pensée en fonction des « cibles ». L'analyse de la réception des habitants a montré que l'image est le support d'un jugement sur l'espace, qui n'inclut pas de références à un collectif, d'autant plus que le dispositif isole l'habitant face à son ordinateur, et favorise ainsi un jugement autoréférent, c'est-à-dire qui est fonction du seul processus d'identification à l'espace imagé. La nécessité de cibler le public concerné par une stratégie de communication urbaine et d'ouvrir l'information sur l'espace à plus de maniabilité et de personnalisation par l'habitant apparaît ici un enjeu fort de la communication autour des projets urbains. L'utilisation des seules images virtuelles paraît alors peu propice au dialogue, favorisant l'unique vision de ses concepteurs et ne pouvant intégrer leur reformulation par les destinataires. Encore actuellement, les stratégies visuelles de communication autour des projets urbains laissent peu de place à la renégociation des images par les habitants et à l'intégration de la complexité territoriale. Le débat démocratique ne peut ainsi, à nos yeux, se suffire de ces informations, il doit trouver les moyens de « créer » l'information, se dotant d'outils qui ne visent pas la modélisation simplificatrice de l'espace, mais bien l'expression de la diversité de ses vécus.

Références

Ascher, F. (2005), *La société hypermoderne : ces événements nous dépassent, feignons d'en être les organisateurs*, Editions de l'Aube, La Tour d'Aigues.

Avitabile, A. (2005), *La mise en scène du projet urbain*, L'Harmattan, Paris.

Bacqué, M-H. et Rey, H. (sous la direction de) (2005), *Gestion de proximité et démocratie participative. Une perspective comparative*, La Découverte, Paris.

Bailleul, H. (2006), « Du processus de patrimonialisation au marketing urbain : la valeur des territoires urbains comme élément des politiques d'aménagement », *Communication au colloque « Dynamiques de valorisation des territoires urbains »*, Université d'Evry, 2-3 mars.

http://www.univ-evry.fr/PagesHtml/laboratoires/CPN/Journees_recherche/territoire/communication.htm#

Bailleul, H. et Feildel, B. (2007), « Planning towards representation and complexity : Highlighting the involvement of affectivity and identity in individual spatial valuation », *Contribution to the international conference « New concepts and approaches for urban and regional policy and planning ? »* European Spatial Development Planning Network, University of Leuven, 2-3 avril.

Baudrillard, J. (1981), *Simulacres et simulation*, Galilée, Paris.

Blondiaux, L. et Sintomer, Y. (2002), « Démocratie et Délibération », *Politix*, **57**, pp. 17-35.

Blondiaux, L. et Cardon, D. (sous la direction de) (2006), « Dispositifs participatifs », *Politix*, **75**, 203 p.

Brants, K., Huizenga, M. et Van Meerten, R. (1996), « The new canals of Amsterdam : an exercise in local electronic democracy », *Media, Culture & Society*, **18-2**, pp. 233-247.

Bourdin, A. (2000), *La question locale*, PUF, Paris.

Carrière, J.P. et Demazière, C. (2002), « Urban planning and flagship development projects : lessons from Expo 98, Lisbon », *Planning practice and research*, **17-1**, pp. 69-79.

Castells, M. (2001), *La société en réseaux*, Fayard, Paris.

Debarbieux, B. et Lardon, S. (2003), *Les figures du projet territorial*, Editions de l'Aube, La Tour d'Aigues.

De Caebel, H. (1996), « Entre les mots et les images, l'espace du virtuel », *La lettre du Grape*, **22**, pp. 15-22.

Di Méo, G. (2007), « Identités et territoires : des rapports accentués en milieu urbain ? », *Métropoles*, **1**, page consulté le 12.06.2007, <http://metropoles.revues.org/document80.html>

Dumont, M. et Devisme, L. (2006), « Les métamorphoses du marketing urbain : Euronantes.fr », *EspacesTemps.net*, page consultée le 09.02.2006, <http://espacestems.net/document1831.html>

E-agera (2006), *Livre Blanc du projet e-agera*, 30 mars 2006, programme européen URB-AL.

Forum mondial de l'e-démocratie, page consultée le 20.12.2007, http://www.worldgovforum.org/IMG/pdf/Livre_Blanc_Francais.pdf

Faraldi, L. (2005), *La participation des habitants et la démocratie locale*, Rapport commandé par la DIV, Ministère délégué à la Ville et à la Rénovation Urbaine.

Flichy, P. (2007), « Les enjeux démocratiques et administratifs d'Internet », *Regards sur l'actualité*, **327**, pp. 5-14.

Flichy, P. (2004), « L'individualisme connecté entre la technique numérique et la société », *Réseaux*, **124**, pp. 17-51.

Flichy, P. (2008), « Internet, un outil de la démocratie ? », *lavedesidees.fr*, page consultée le 02.02.2008, <http://www.lavedesidees.fr/Internet-un-outil-de-la-democratie.html>

Habermas, J. (1987), *Théorie de l'agir communicationnel*, Fayard, Paris.

Hall, E.T. (1984), *Le langage silencieux*, Seuil, Paris.

Heidegger, M. (1960), *Etre et temps*, Editions Ledru, Paris.

Joerin, F., Rey, M. C., Nembrini, A. et Desthieux, G. (2001), « Information et participation pour l'aménagement du territoire », *Revue Internationale de Géomatique*, **11**, pp. 309-332.

Jauss, H.R. (1978), *Pour une esthétique de la réception*, Gallimard, Paris.

Jouve, B. (2003), *La gouvernance urbaine en question*, Elsevier, Paris.

Kant, E. (1951), *Critique du jugement*, Editions J. Vrin, Paris.

Katz, E. & Lazarsfeld, P. (1964), *Personal influence : the part played by people in the flow of mass communications*, The free press, New-York.

Kleck, V. (2006), *Numérique & Cie. Société en réseaux et gouvernance*, Editions Charles Léopold Mayer, Paris.

Le Bart, C. (2003), « Les nouveaux espaces de la citoyenneté », *Cahiers Français*, **316**, pp. 58-62.

Lévy, P. (2002), *Cyberdémocratie. Essai de philosophie politique*, Odile Jacob, Paris.

Hélène Bailleul - Les nouvelles formes de la communication autour des projets urbains : modalités, impacts, enjeux pour un débat participatif. Analyse du rôle des images dans le débat participatif autour de deux projets urbains en France

- Loader, B.D. (1997), *The governance of cyberspace. Politics, technology and global restructuring*, Routledge, London.
- Loubière, A. et Zimmermann, A. (2005), « Marketing urbain et demande sociale », *Urbanisme*, **344**, pp. 47-53.
- Lussault, M. (2007), « Les mondes spatiaux du web », *Urbanisme*, **357**, pp. 69-72.
- Macintosh, A. (2007), « e-Participation : from e-enabling to e-empowerment », *Communication au colloque « E-democracy : new opportunities for enhancing civic participation »*, Conseil de l'Europe, Strasbourg, 23-24 avril.
- Manin, B. (1985), « Volonté générale ou délibération ? Esquisse d'une théorie de la délibération politique », *Le Débat*, **33**, pp. 72-94.
- Mannarini, T., Tartaglia, S. et al. (2006), « Image of neighbourhood, self-image and sense of community », *Journal of environmental psychology*, **26**, pp. 202-214.
- Masbouni, A. et McClure, B. (2007), « La représentation graphique en questions », *Urbanisme*, **357**, pp. 39-43.
- Mucchielli, A. et Guivarch, J. (1998), *Nouvelles méthodes d'étude des communications*, Armand Colin, Paris.
- Neveu, C. (sous la direction de) (1999), *Espace public et engagement politique : enjeux et logiques de la citoyenneté locale*, L'Harmattan, Paris.
- Obst, P. & White, K. (2007), « Choosing to belong: the influence of choice on social identification and psychological sense of community », *Journal of community psychology*, **35-1**, pp. 77-90.
- Ricœur, P. (1990), *Soi-même comme un autre*, Seuil, Paris.
- Rodota, S. (1999), *La démocratie électronique*, Editions Apogée, Rennes.
- Roggero, P. (2006), *La complexité territoriale : entre processus et projets*, L'Harmattan, Paris.
- Sartre, J.P. (1967), *L'imaginaire. Psychologie phénoménologique de l'imagination*, Gallimard, Paris.
- Schütz, A. (1987), *Le chercheur et le quotidien*, Méridiens-Klincksieck, Paris.
- Semichon, S. (2007), « Enquête : Les nouvelles technologies », *Urbanisme*, **357**, pp. 61-68.

Sfez, L. (1992), *Critique de la communication*, Editions du Seuil, Paris.

Söderström, O. (2000a), *Des images pour agir. Le visuel en urbanisme*, Payot, Lausanne.

Söderström O., Cogato L.E., Lawrence R.J. et Barbey G. (2000b), *L'usage du projet*, Editions Payot, Lausanne.

Vedel, T. (2007), « Les usages politiques de l'Internet », *Cahiers Français*, **338**, pp. 40-45.

Wolton, D. (2005), *Sauver la communication*, Flammarion, Paris.