

# Les ambiances de résonance culturelle et la création d'espaces publics d'intimité

Rainer Kazig

## Introduction

La recherche en matière d'ambiances part des sensations humaines, se basant ainsi sur le côté pré-réflexif de la capacité sensible de l'homme. Par cette approche anti-intellectualiste la recherche sur les ambiances devait se démarquer par rapport à la conception dominante du sensible en tant que perception, comprise en premier lieu comme une réception et un traitement d'informations (voir Guski 2000; Böhme 2001). C'est pourquoi la recherche sur les ambiances s'est, dans un premier temps, naturellement concentrée sur le fondement théorique du concept des ambiances ainsi que sur la maîtrise de ce phénomène, vague au premier abord, avec des méthodes de recherche empirique. Aussi les ambiances se sont-elles établies comme un concept philosophique, micro-sociologique ou micro-géographique auquel il manque encore un lien avec les théories de la société et les analyses sociétales.

La question des différences culturelles au niveau du vécu des ambiances n'a pratiquement pas été traitée non plus. La notion de culture orientée sur la signification se rapporte dans ses versions à dominance mentaliste et textualiste à des ordres symboliques du monde (voir Reckwitz 2008, 25f) et renvoie à une image intellectualiste de l'homme dont la notion d'ambiance vient de se distancer. Précisément à un stade précoce, une confrontation avec la notion de culture aurait certainement fait courir à la recherche en matière d'ambiances le risque d'empêcher la formation d'un noyau conceptuel propre en se rapprochant probablement à nouveau d'un concept de perception plus basé sur la théorie des informations et des signes. Comme le concept des ambiances s'est entre-temps solidement ancré dans la recherche spatiale des sciences sociales et culturelles, ce colloque peut mettre aujourd'hui l'accent sur l'ouverture de la recherche en matière d'ambiances vers une analyse culturelle de la société, en invitant à poser la question de savoir dans quelle mesure les ambiances représentent un phénomène singulier qui renforce le sentiment d'appartenance et peut permettre la formation de nouveaux groupes culturels.

Dans ma présentation, j'aimerais proposer la notion de résonance culturelle comme voie de culturalisation de la recherche sur les ambiances. La notion de résonance a déjà été utilisée dans plusieurs travaux scientifiques (voir Ingold 1993; Wikan 1992; Alkemeyer 2006) et reprise pour la recherche urbaine par le sociologue Vince Miller (2004) dans son travail sur les enclaves urbaines.

Me référant à ces travaux, je considère les ambiances à résonance culturelle comme une forme spécifique d'ambiances qui sont créées en premier lieu par la coprésence d'hommes possédant le même arrière-plan culturel. Suite à cette résonance entre les personnes présentes qu'il reste encore à définir, le caractère de l'espace public qui est compris dans les discussions universitaires comme un espace de rencontres anonymes, se transforme temporairement en un lieu public d'intimité. Dans son travail sur les enclaves urbaines s'appuyant sur l'exemple du « Gay village » à Manchester et des Malls de Richmond près de Vancouver essentiellement fréquentés par des personnes d'origine asiatique, le sociologue Vince Miller (2004) a pu faire ressortir la façon dont les espaces publics sont perçus en tant que lieux d'intimité. Les personnes présentes se sentent là dans une situation de confiance dans laquelle leur particularité en tant que membre d'une communauté homosexuelle ou chinoise peut s'exprimer naturellement, leur permettant ainsi d'être eux-mêmes.

Après cette courte caractérisation des ambiances d'intimité, j'aimerais dans la partie suivante attirer tout d'abord l'attention sur la manière dont la création d'ambiances à résonance culturelle peut être appréhendée à un niveau conceptuel. Comme je l'ai déjà laissé entendre, il convient à cet endroit de jeter un pont entre la notion d'ambiance orientée vers le sensible et la notion de culture tournée vers la théorie de la signification et mettant de ce fait l'accent sur le côté réflexif de l'homme. Partant de là, je discuterai de l'importance accordée aux ambiances à résonance culturelle dans les sociétés post-industrielles.

### **La création d'ambiances à résonance culturelle**

Le concept des ambiances à résonance culturelle part d'une appréhension de la culture centrée sur la signification qui constitue récemment la base essentielle de la recherche scientifique culturelle en sciences sociales et humaines (voir Reckwitz 2008, 25). L'appréhension de la culture centrée sur la signification est fondée sur l'hypothèse de l'existence de complexes comportementaux divers qui peuvent exister à des endroits différents, à des moments différents ou pour des groupes différents. Ils se développent sur le fondement d'ordres symboliques spécifiques et de formes d'interprétation du monde qui de ce fait sont considérés comme la condition préalable à toutes les pratiques sociales. La recherche sous-tendue par cette appréhension de la culture se focalise sur la création et le changement des ordres symboliques.

Pour la question concernant la création d'ambiances à résonance culturelle c'est l'approche de la culture fondée sur la théorie de la pratique qui joue un rôle important et qui a précisément été mise en avant récemment en relation avec le «Practice Turn» dans les sciences culturelles et sociales de langues anglo-saxonne et allemande (voir Kazig/Weichhart 2009, 118ff). Contrairement à la perspective

textuelle, le culturel n'est pas localisé ici dans des textes ou des discours mais dans les formes de connaissance collectives du «knowing-how». La recherche en sciences culturelles se tourne par conséquent vers les pratiques ou formes d'exécution des activités quotidiennes. Comme toute pratique nécessite les sens humains et que suite à la corporéité des acteurs et de l'ancrage des activités dans un environnement concret elle dispose d'une dimension matérielle, la capacité sensible de l'homme et la dimension matérielle des activités sont entrées dans le champ de la recherche en sciences culturelles.

Pour la question concernant la création des ambiances de résonance culturelle il est maintenant important que l'appartenance d'une personne à un groupe culturel précis soit reconnue comme étant ancrée physiquement. Cet ancrage physique d'identités collectives se manifeste d'un autre côté dans des formes d'expression spécifiques. Aussi la notion de «performance», qui se réfère à la présentation d'identités a-t-elle gagné en importance pour la recherche culturelle fondée sur une théorie des pratiques (voir Wulf 2005). En public la « performance » d'appartenance culturelle peut être perçue plus ou moins clairement selon qu'elle est exprimée par exemple par une coiffure, un style de vêtement, le port de bijoux ou d'autres accessoires ou par des gestes spécifiques et un usage spécifique de la langue. Cette performance d'identités collectives peut être déchiffrée dans une situation classique de rencontres publiques anonymes et servir de base aux processus de différenciation, de socialisations et de discussions avec les « Autres ». Mais elle peut également, dans le cas de la coprésence d'autres personnes ayant des formes d'expression similaires, être ressentie comme une ambiance à résonance culturelle, allant de pair avec un sentiment de confiance et permettant de créer en public des lieux d'intimité. Pour comprendre la création des ambiances à résonance culturelle il est nécessaire d'étudier comment certaines formes d'expression peuvent justement ne pas être uniquement déchiffrées mais aussi servir à établir une base pour l'établissement du sentiment de confiance et d'intimité.

Le travail de l'anthropologue norvégienne Unni Wikan (1992) qui a utilisé la notion de résonance pour caractériser certaines capacités de communication dans la société balinaise a été utile à cet endroit. La résonance repose sur la présence simultanée de sentiments et de pensées chez les partenaires de communication. Cela s'exprime dans la langue balinaise par un mot qu'elle a traduit par « feeling-thought » (Wikan 1992, 463). Comme base d'une communication au sens d'un « feeling-thought » et pour la naissance d'une résonance elle voit une expérience humaine partagée. Grâce à cette référence à des expériences humaines partagées dans certaines situations de communication, l'empathie et la sympathie sont suscitées et il se crée une situation de résonance qui va «beyond the words» (Wikan 1992, 466). Avec ce concept de «feeling-thought » comme base d'une situation de résonance on montre comment il est possible de penser le sensible même au-delà de la dichotomie de la sensation et

de la perception en supposant une forme d'attention dans laquelle la sensation et la perception se rencontrent consciemment. Le chercheur en littérature Hans Ulrich Gumbrecht (2003; 2004) a récemment présenté un concept similaire pour caractériser une nouvelle appréhension de l'expérience esthétique. Avec la notion grecque de l'Ephiphanie il saisit une forme de l'expérience esthétique, caractérisée par un état d'oscillation entre les effets de présence et de signification.

En suivant ce raisonnement, il est très facile de comprendre la création des ambiances à résonance culturelle. Alors qu'une situation publique anonyme est caractérisée par une attitude blasée vis-à-vis des Autres ou par une perception des Autres comme des Autres spécifiques, dans le cas de la coprésence de personnes ayant un arrière-plan culturel similaire, une autre forme d'attention vis-à-vis des personnes présentes peut apparaître. Avec la même «performance» les Autres ne sont pas perçus seulement en tant que personnes avec un arrière-plan culturel similaire. Il se développe aussi entre des Autres semblables une attention mutuelle empathique qui se construit sur l'hypothèse d'expériences partagées. A son tour l'expression insoucieuse de sa propre appartenance se trouve renforcée par cette base si bien qu'une ambiance de résonance culturelle accompagnée des sensations décrites par Miller peut se développer.

Les ambiances de résonance culturelle reposent sur la présence simultanée de personnes ayant la même appartenance culturelle et des formes d'expression corporelles partagées dans un lieu. Une telle constellation ne se forme dans des espaces publics qui en principe sont ouverts à tous que sous certaines conditions. Comme le montrent les exemples de Miller une concentration d'établissements gastronomiques et de magasins destinés aux besoins d'une clientèle spécifique représente une base pour la création d'ambiances à résonance culturelle. Avec ses explications concernant les différents grades d'intimité Miller met aussi en évidence que les ambiances à résonance culturelle présentent dans les espaces publics classiques une apparence relativement fragile pouvant être très vite détruite par la présence d'Autres étrangers.

Des endroits fermés mais cependant publics comme les cafés, les bars, les clubs, les galeries ou tous les événements limités dans le temps tels que les manifestations, les concerts ou les blade-nights dont les Autres étrangers restent plutôt exclus, offrent certainement un meilleur cadre pour la création d'ambiances à résonance culturelle.

### **Les espaces publics d'intimité: une caractéristique des sociétés post-industrielles?**

Le caractère des espaces publics dans la ville industrielle a notamment été marqué par l'image de l'anonymat et du désabusement comme formes de comportement publics. La notion d'ambiance de résonance culturelle s'oppose clairement à cette image. Dans cette mesure, la question est de savoir si

les ambiances de résonance culturelle n'ont attiré l'attention que suite à une évolution de la sensibilité théorique ou bien si les espaces publics d'intimité représentent une forme nouvelle ou plus importante de socialité dans les sociétés post-industrielles. Le sociologue français Michel Maffesoli (2000) a présenté une analyse sociologique certes controversée mais toutefois largement utilisée par les sciences culturelles qui suggère avec le concept de «néo-tribalisme» que les espaces publics d'intimité peuvent effectivement être interprétés comme une forme nouvelle et importante de socialité des sociétés post-industrielles (voir Keller 2006). Même s'il n'argumente pas dans les termes utilisés ici, il décrit les néo-tribus comme une forme de socialité très proche des espaces publics d'intimité. Nous n'exposerons ici que quelques aspects de son diagnostic des sociétés contemporaines en étroite relation avec la question posée ici: sa thèse selon laquelle les sociétés post-modernes sont caractérisées d'une part par une massification à laquelle s'oppose d'autre part un retour des tribus, est déterminante ici. Contrairement à la société moderne dont la cohésion est établie par une solidarité mécanique, les formes temporaires de communautés qu'il qualifie de néo-tribus jouent un rôle essentiel dans la cohésion de la société contemporaine. Selon Maffesoli, on ne peut pas considérer ces néo-tribus comme des groupements stables. Il s'agit de formes de communautarisation changeantes qui se cristallisent dans des endroits concrets. Ces tribus se constituent notamment dans des lieux de consommations tels que des bars, des clubs ou lors d'événements temporaires. Maffesoli en souligne le caractère orgiastique et le sentiment naissant du vécu en commun. Puisque les néo-tribus correspondent bien à la socialité apparaissant dans les espaces publics d'intimité, le diagnostic de Maffesoli fournit un argument de poids à savoir qu'on peut partir du principe que les espaces publics d'intimité gagnent de plus en plus d'importance et que la recherche en sciences culturelles devrait accorder une plus grande attention à cette forme de socialité.

Les nombreuses critiques auxquelles le diagnostic sociologique de Maffesoli a donné lieu ne sont pas injustifiées. D'un point de vue allemand par exemple, cette critique peut être étayée par l'analyse du sociologue allemand Gerhard Schulze (2000) qui, à au début des années 1990, a présenté une analyse socioculturelle importante de la structuration de la société allemande comprenant un exposé théorique détaillé. Selon son analyse, seuls certains milieux ont une affinité avec les communautarisations publiques. La question se pose alors de savoir quel rôle les communautés affectives jouent effectivement dans la cohésion de la société et quelles parties de la société prennent effectivement part aux communautés affectives.

## **Les ambiances à résonance culturelles comme ressource**

Les espaces publics d'intimité ayant été mis en lumière en relation avec Maffesoli dans la perspective d'une théorie de la société, j'aimerais examiner la question de l'importance des ambiances à résonance culturelle dans le contexte des pratiques quotidiennes. On peut trouver des points communs sur le thème des ambiances à résonance culturelle tant dans le débat sur la ville créative que sur la pratique des achats.

Avec le débat sur la ville créative, la question des conditions de vie et de travail des membres de ce qu'on appelle la classe créative est venue s'inscrire sur l'agenda de la recherche urbaine. Alors que la question des conditions spatiales concrètes de l'origine de la créativité chez Richard Florida et dans les travaux correspondants sont en grande partie ignorés, Ilse Helbrecht (2004) a pu démontrer que le «look & feel» - que l'on pourrait également nommer d'ambiance - constitue pour les entreprises de service créative un facteur d'implantation primordial. La question de savoir quels critères caractérisent les espaces du «look & feel» n'a pas encore été étudiée. Dans le cadre d'une étude sur l'apparition esthétique quotidien de la ville à laquelle participaient également des employés d'entreprises de service, j'ai pu montrer que les ambiances à résonance culturelle servent à améliorer la capacité de travail. Dans ce cas précis, il s'agit de bars dans lesquels une résonance vis à vis d'autres « personnes indépendantes et créatives » est recherchée. De cette manière, la conscience de soi en tant que créatif s'intensifie et un état émotionnel positif qui dure au delà de l'instant de la résonance s'installe qui sera utilisé comme stimulation pour venir à bout du travail. Toutefois, comme les interlocuteurs issus du milieu créatif ne pouvaient pas tous rendre compte d'une pratique semblable dans ce domaine, il semble que les ambiances à résonance culturelle ne servent de ressource pour l'exercice de leur activité qu'à une catégorie de personnes travaillant dans les professions de service créatives.

Alors que les ambiances à résonance culturelle dans l'exemple précédent sont utilisées pour créer une «Stimmung» positive allant au-delà même de la situation, dans le contexte de la pratique des achats en revanche, elles ne jouent un rôle que dans le cadre de la situation d'achat. Dans le cadre d'une étude empirique sur la pratique des achats, je me suis penché sur la question de savoir sous quelle forme les ambiances sont prises en considération pour le choix des magasins (voir Kazig 2007). Cette étude avait pour base un concept considérant la pratique des achats comme une activité liée au corps. L'ambiance régnant dans l'environnement des espaces commerciaux entre en jeu en ce sens qu'elle peut toucher la motricité ou les émotions de la personne qui fait ses achats et ainsi faciliter ou entraver l'action d'acheter. Les différentes ambiances peuvent être vécues tout à fait consciemment pendant les achats et mémorisés, et de cette manière être prises en compte – comme un critère parmi d'autres – dans le choix des magasins. Mon étude a montré que parallèlement aux ambiances propices à la flânerie ou à

la fouille qui se réfèrent à la configuration matérielle de l'environnement commercial, les ambiances à résonance culturelle constituent la troisième catégorie d'ambiances entrant en jeu dans le choix des espaces commerciaux. Elles sont localisées dans les magasins, et sont transmises par les vendeuses et les vendeurs, par l'agencement du magasin, le cas échéant par la musique qui est jouée ainsi que par les autres clients présents. Une ambiance à résonance fait naître chez le client un sentiment de familiarité et d'intimité qui rendent le moment passé dans le magasin plus agréable. Les ambiances à dissonance sont créées notamment par le contact avec le personnel de vente. Elles suscitent chez les clients le sentiment de n'être pas compris et ont pour conséquence que ces derniers, à long terme, évitent les magasins en question. Les ambiances à résonance culturelle et à dissonance n'ont été évoquées dans les entretiens qu'en ce qui concerne les magasins de vêtements et de chaussures. Les vêtements étant étroitement liés aux styles de vie, l'importance des ambiances à résonance culturelle dans ce domaine du commerce de détail est facile à comprendre, alors qu'elle est moins prise en considération dans le cas d'achats d'appareils électroménagers standardisés ou d'articles de droguerie.

## **Conclusion**

Avec les ambiances à résonance culturelle et les espaces publics d'intimité, j'ai présenté deux concepts qui montrent comment le concept d'ambiance peut être associé à celui de culture. L'exposé du concept des néo-tribus de Maffesoli suggère, malgré la critique justifiée que soulève son diagnostic, que les ambiances à résonance culturelle en tant que forme spécifique de socialité dans les sociétés post-industrielles ont gagné en importance. Etant donné le faible nombre d'études empiriques dans ce domaine, il reste à savoir quelle importance incombe aux ambiances à résonance culturelle. Cette question met en évidence un potentiel de recherche considérable qui se situe à l'interface entre la recherche sur les ambiances et les études culturelles de la société. La tradition en matière de recherche ambientale au CRESSON précisément, en combinant travail conceptuel, développement de méthodes et études empiriques, constitue une base idéale pour continuer à observer ce phénomène encore vague.

## **Bibliographie**

Alkemeyer, T. 2006: Rythmen, Resonanzen und Missklänge. Über die Körperlichkeit der Produktion des Sozialen im Spiel. In: Gugutzer, R. (dir.): body turn. Perspektiven der Soziologie des Körpers und des Sports. Bielefeld, pp. 265-295.

Böhme, G. 2001: Aisthetik. Vorlesungen über Ästhetik als allgemeine Wahrnehmungslehre. München.

- Gumbrecht, H. U. 2003: Epiphanien. In: Küpper, J.; Menke, C. (dir.): Dimensionen ästhetischer Erfahrung. Frankfurt/M., pp. 203-222.
- Gumbrecht, H. U. 2004: Diesseits der Hermeneutik. Die Produktion von Präsenz. Frankfurt/M..
- Guski, R. 2000: Wahrnehmung. Eine Einführung in die Psychologie der menschlichen Informationsaufnahme. Stuttgart.
- Helbrecht, I. 2004: Bare Geographies in Knowledge Societies – Creative Cities as Text and Piece of Art: Two Eyes one Vision. In: Built Environment, vol. 30, no. 3, pp. 191-200.
- Ingold, T. The Temporality of the Landscape. In World Archeology, vol. 25, no. 2, pp. 152-174.
- Kazig, R. 2007: Einkaufsatmosphären. Ein wichtiges Kriterium für die Einkaufsstättenwahl. In: CIMA direkt, no. 1/2007, pp. 23-25.
- Kazig, R.; Weichart, P. 2009: Die Neuthematisierung der materiellen Welt in der Humangeographie. In: Berichte zur deutschen Landeskunde, vol. 83, no.2, pp.109-128.
- Keller, R. 2006: Michel Maffesoli. Eine Einführung. Konstanz.
- Maffesoli, M. 2000: Le temps des tribus. Paris.
- Miller, V. 2004: Intimacy and the production of space. (manuscript non publié).
- Reckwitz, A. 2008: Unscharfe Grenzen. Perspektiven der Kultursoziologie. Bielefeld.
- Schulze, G. 2000 [1992]: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt; New York.
- Wikan, U. 1992: Beyond the Words. The power of Resonance. In: American Ethnologist, vol. 19, no. 3, pp. 460-482.
- Wulf, C. 2005: Zur Genese des Sozialen. Mimesis, Performativität, Ritual. Bielefeld.