



HAL
open science

Architecture contemporaine : de l'importance d'une économie visuelle

Jean-Philippe Hugron

► **To cite this version:**

Jean-Philippe Hugron. Architecture contemporaine : de l'importance d'une économie visuelle. Lieux Communs - Les Cahiers du LAUA, 2008, Cultures visuelles de l'urbain contemporain, 11, pp.141-152. hal-03206006

HAL Id: hal-03206006

<https://hal.science/hal-03206006v1>

Submitted on 22 Apr 2021

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

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



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License



CLEAR CHANNEL 1802 D



ARCHITECTURE CONTEMPORAINE : DE L'IMPORTANCE D'UNE ÉCONOMIE VISUELLE

Jean-Philippe Hugron

Institut d'Urbanisme de Paris - Paris XII

“À mon habitude, je montai aussitôt sur la tour” (Goethe, 1829, p. 203). Connaître la ville, se familiariser avec sa forme, passe souvent par l'expérience ascensionnelle. Du haut de quelques édifices dominants, la ville s'offre au regard. “La tour de 420 mètres qui sert de proue à Manhattan continue à construire la fiction qui crée des lecteurs, qui mue en lisibilité la complexité de la ville et fige en un texte transparent son opaque mobilité” (de Certeau, 1990, p. 141). Michel de Certeau, en piéton de New-York, inaugure ainsi ses “pratiques d'espace”. Au sommet du World Trade Center, le méli-mélo architectural et le tohu-bohu des rues de Manhattan lui paraissent désormais *visibles*, parfois *lisibles*. En observateur, il lit la ville qui se révèle en un panorama, “en un simulacre théorique, c'est-à-dire visuel” (*ibid.*, p. 141). Au-delà du symbole, la tour, de part sa vocation panoptique, se mue en un périscope urbain.

De Torre Agbar en Turning Torso, de Barcelone à Malmö, quelques villes s'exhibent médiatiquement par de récentes réalisations (*cf. ci-contre*). Le mouvement lancé, Tour Phare et Tour Signal se présentent en rivales pour symboliser le quartier d'affaires de la Défense, en quête, depuis le plan de relance 2006-2015 d'une image rénovée. L'Europe cède donc de nouveau à la tentation verticale et les tours ne se présentent plus comme ces objets permettant de voir mais comme ceux permettant d'être vus, et ce, au titre d'*icône*. L'expression éloquente révèle qu'il ne s'agit plus d'une relation directe entre l'architecture et sa possible symbolique mais d'une relation indirecte dans laquelle intervient l'intermédiaire de l'image. Cette médiation préfigure une évolution dans la production symbolique du bâti.

De fait les tours contribuent légitimement à la fabrication d'un ordre de visibilité et s'inscrivent dans une culture visuelle. Toutefois, la multiplication des projets, la diffusion sans limite d'images, la consécration d'une architecture dite “iconique”

nécessitent la prise en compte d'une économie visuelle. Les problématiques de l'image en architecture n'étant pas neuves, les termes mêmes d'économie, de culture visuelle, et plus encore ceux d'architecture spectacle ou d'icône sont fréquents. Tous ces emplois contribuent à un mode récent d'appréciation sinon d'appréhension de l'architecture sans qu'il existe pourtant de réelle disposition structurante ou encore de consensus autour de ces notions. Aussi, l'enjeu de cet article est d'aller au-delà de quelques confusions rhétoriques et d'hésitations sémantiques existant entre visibilité et lisibilité et d'introduire le plus modestement possible les termes et éléments d'une économie visuelle. Une définition de cette économie, recontextualisée au sein d'une société dite du spectacle, comme la proximité certaine des thématiques de l'image et de l'architecture trouveront à travers l'exemple de Londres et de son architecture verticale une expression significative.

UNE ÉCONOMIE VISUELLE: C'EST DU TOUT VU !

En évoquant l'architecture verticale, nous touchons aux notions de visibilité et de lisibilité. En toute *évidence* [de *videre*, voir], ériger une tour donne à voir la ville. De tels édifices s'inscriraient en conséquence dans une économie dite visuelle. L'expression, ici ou là employée, ne laisse présager aucune disposition quant à sa définition. Face à cette lacune nous poserons les termes d'une économie visuelle en architecture. D'un usage généralement lié à l'art et l'esthétique, la notion d'économie visuelle ne retient à travers le terme d'économie que l'idée de réduction et de simplification. Le géographe Michel Lussault envisage un emploi différent alors qu'il constate la crise figurative de l'urbain. Il souligne un "monde d'images nouveau [qui] se constitue massivement hors des sphères des professionnels de l'urbain. C'est au cinéma, plus encore dans les jeux vidéos, la publicité, à la télévision que se façonnent les nouvelles figures" (Lussault, 2007, p. 297). En souhaitant élargir cette notion propre à la culture visuelle, nous évoquerons de prime abord l'économie visuelle comme un système concernant la production, la répartition et la consommation d'images.

D'image en visibilité... de visibilité en lisibilité

Associé à l'architecture, le thème de l'image comprend aussi bien les représentations physiques incluant croquis, dessins, plans, perspectives... que les représentations mentales. Le bâti appartient ainsi au registre de l'imaginabilité. "C'est pour un objet physique, la qualité grâce à laquelle il a de grandes chances de provoquer une forte image chez n'importe quel observateur [...] cela pourrait s'appeler *lisibilité* ou *visibilité*" (Lynch, 1969, p. 11). L'hésitation sémantique de Kevin Lynch appose d'autres termes en synonymes. De cette assertion, l'image de l'architecture intègre le domaine plus étendu de la visibilité.

Voir et apprendre à voir l'architecture comme nous y invite Bruno Zevi souligne l'évidence; le bâti travaille sournoisement avec nos facultés perceptives et cognitives, il est une *machine optique*. Mais l'architecture peut également se lire. La lisibilité du bâti introduite par Lynch dans sa réflexion s'offre en synonyme de l'imaginabilité. Cette confusion n'est pas sans présupposé: lire l'architecture présume une signification propre au bâti. En d'autres termes, l'édifice fait sens. On comprend comment Barthes put consacrer Lynch comme sémanticien (Barthes, 2002, p. 1279).

Il y a donc à l'aune de toute imaginabilité, visibilité ou lisibilité, la mise en exercice d'une capacité et d'un sens, la vue. L'adjectif visuel sera ainsi privilégié et retenu pour regrouper l'ensemble de ces notions, toutes sous-jacentes.

Une nouvelle demande en architecture: faire de l'image

La perspective, la photographie, l'infographie ont bouleversé la pratique de l'architecture et se sont offertes aux concepteurs comme de nouveaux outils. Il ne sera pas ici question de ces considérations matérielles et techniques, contribuant sans conteste à une économie visuelle, mais il sera fait cas d'acceptions discursives récentes. Un vocabulaire autour de l'image est en effet désormais appliqué à l'architecture et de cet usage naissent quelques glissements sémantiques. Aussi une réflexion naissante érige l'*iconic building* en nouveau type d'architecture (Jencks, 2005). L'émergence d'une architecture-image est désormais discutée voire dénoncée. Elle ne reste objectivement que peu ou prou considérée.

La critique actuelle est elle aussi représentative sinon éloquent. Philippe Madec dénonce "la surmédiatisation de l'architecture, la recherche de l'insolite et du spectaculaire [qui] portent plutôt sur des projets non réalisés, ce qui est singulièrement équivoque [...]. L'image pèse sur notre société jusqu'à devenir nécessaire pour accéder à la commande architecturale [...] alors l'image fait l'affaire, au sens propre et au sens figuré, le slogan aussi". (Madec, 2001, p. 20-21). Les revues spécialisées se multipliant, Internet s'offrant comme vitrine à travers sites professionnels, webzines et blogs, les images trouvent alors les relais nécessaires pour que l'architecture *exist[e]*.

L'ensemble de ces supports permet de véhiculer les rendus d'une architecture encore fictive et l'image se substitue ainsi au discours. Tschumi révèle lors d'une entrevue accordée à Christophe Leray que lors de la présentation du projet *Event cities*, il avait volontairement flouté les images dans le but de mettre l'accent sur les diagrammes et les textes, ceci afin que l'on voit d'abord "l'abstraction avant l'image". "Je m'aperçois rétrospectivement que c'était possible à l'époque, aujourd'hui j'hésite à le faire".

1 "Belle Image ne vaut pas bon point en architecture". Interview de Bernard Tschumi donnée à Christophe Leray pour *Cyberarchi* le 20 avril 2005. <http://www.cyberarchi.com/actus&dossiers/index.php?dossier=104&article=3996> (consulté le 5 juillet 2008).

L'incertitude dont fait part Tschumi est révélatrice. Il s'agit de répondre à la demande et "d'accéder à la commande" comme le précise Philippe Madec. Il serait hasardeux pour un architecte de ne pas se plier à une société exigeant une telle pratique de l'architecture. De l'image! Le mot d'ordre jeté, la demande est notoire. L'architecture intègre en conséquence une économie visuelle. Afin de préciser cette présence, revenons sur l'appréciation d'une architecture contemporaine au sein d'une société dite du spectacle.

ARCHITECTURE ET SPECTACLE : DE L'IMAGE OBJET VERS L'OBJET-IMAGE

"Le temps de la consommation des images, médium de toutes les marchandises, est inséparablement le champ où s'exercent pleinement les instruments du spectacle" (Debord, 1967, p. 153). Sans dessein de réutiliser l'idéal situationniste ni la critique exprimée par Guy Debord, nous retiendrons l'importance manifeste de l'image et son articulation au mode de production et de consommation. Le spectacle est "en tant que secteur économique avancé qui façonne directement une multitude croissante d'images-objets, [...] la principale production de la société actuelle" (*Ibid.*, p. 21-22). La demande express d'images alors qu'il s'agit d'élaborer une architecture ou de concevoir un bâti, participe à ce processus. Pouvons-nous alors entendre une architecture-spectacle et quelle en serait la place au sein d'une économie visuelle ?

Spectacle-isation de l'urbain et architecture

L'architecture deviendrait l'image-objet caractéristique d'une société du spectacle alors que l'importance des images dans la production architecturale est de plus en plus prégnante et incontournable. Olivier Mongin dans la *Condition urbaine* use d'une rhétorique éloquente. S'il affirme l'existence d'une *ville-spectacle*, il l'associe aux flux incontrôlables des images. Selon lui, l'appel lancé par nombreuses villes à plus d'audace a pour conséquence l'édification de gestes architecturaux qui sont autant de "machines célibataires [...] dont la vertu première est de faire image afin d'être médiatisables" (Mongin, 2005, p. 157). Il précise en usant de la métaphore théâtrale que "ces objets architecturaux sont des balises, des repères, mais aussi des projecteurs qui aveuglent" (*Ibid.*, p. 207) et définit la ville spectacle comme un "théâtre spatial, un répertoire de mini-rôles" (*Ibid.*, p. 73). Expression pourtant récurrente dès qu'il s'agit de dénoncer le culte des apparences, la ville spectacle demeure peu ou prou étudiée sinon à travers les thématiques de l'événement urbain et de la ville festive. Ces objets de recherche que la géographie a fait siens s'appliquent entre autres à ces espaces qui, souhaitant une régénération rapide, usent de diverses manifestations sportives ou culturelles, de Jeux Olympiques en expositions universelles, tant dans un objectif promotionnel

qu'au sein d'une stratégie de développement. Le géographe David Harvey désigne ces événements comme autant de "spectacles urbains" (Harvey, 1989).

Aaron Betsky, directeur de l'Institut hollandais d'Architecture, avait proposé en 2006 pour la dernière biennale d'architecture de Venise une réflexion intitulée "Seeing is knowing", voir c'est connaître. Le propos a été poursuivi et ouvert lors de la biennale d'architecture de Rotterdam en 2007. La thématique visuelle fut développée et introduite dans l'intitulé: "Visionary Power, Producing the contemporary city". L'exposition donna un catalogue compilant plusieurs études dont quelques-unes consacrées aux "spectacle cities". Un processus de "spectacle-ization" y est défini comme la recherche d'événements dans le but d'une reconnaissance internationale. Les lieux se produiraient sur la scène globale pour affirmer leur existence. Le sociologue britannique John Urry inscrit pour sa part la *spectacle-ization* au sein de stratégies proprement touristiques. Dès lors on ne peut que penser à Dubaï: la ville use de la théâtralité de l'ensemble et de la profusion de ses "bâtiments manifestes" pour son inlassable promotion.

Néanmoins, l'architecture n'est que peu ou prou considérée et demeure un outil accessoire ou un moyen dans le processus de *spectacle-ization*. Pourtant l'existence d'une architecture spectacle, autonome sinon indépendante des événements, mérite pourtant d'être posée.

La ville est un théâtre

À la question "Qu'est-ce que la ville spectacle?" Guy Burgel répond que "C'est la ville qui se voit, qui se regarde, qui se consomme. [...] La ville festive supplante la ville productive." (Burgel, 2000). De cette assertion nous retiendrons les aspects visuels et consuméristes. L'architecture de la ville spectacle serait à même d'être consommée par le regard.

Mais une architecture spectacle n'est-elle qu'architecture festive? N'est-elle qu'une infrastructure permettant d'accueillir ou de célébrer l'événement? L'architecture plus que de l'incarner pourrait-elle elle-même être l'événement? L'approche médiatique fait de nombreux édifices récents des "événements architecturaux". Les médias colportent ainsi l'image de réalisations contemporaines. Les exemples les plus significatifs sont le musée Guggenheim de Bilbao ou encore la tour Swiss Re de Londres, deux projets qui consacrent une "renaissance urbaine". Il est notable que ces réalisations ne correspondent à aucune manifestation. Depuis lors, si les villes ne peuvent s'exhiber par quelques olympiades et autres joutes sportives, l'architecture leur permet de prendre place sur la scène internationale. Le geste n'est autre qu'un index levé pour signaler à l'appel du monde la présence de quelque ville.

Francis Rambert évoque ainsi la notion d'architecture spectacle qu'il associe au devenu célèbre musée de Frank Gehry qu'il réduit à une appellation qui ne trouve alors aucune définition: "L'effet Bilbao a accéléré le phénomène. Jamais un bâtiment n'avait été autant médiatisé, unanimement salué par la critique mondiale. Certains assimileraient volontiers cela à de l'architecture spectacle, en appelant au situationniste Guy Debord." (Rambert, 2005, p. 60). Si notre expérience a besoin de se représenter, il s'agit de l'imposer comme spectacle notamment pour être ressentie comme émotion ou comme passion (Duvignaud, 1970). Cette proposition empruntée à Duvignaud, rappelle dans un autre ordre le combat de catch analysé par Barthes: un "spectacle excessif [...] [où] le spectateur attend l'image momentanée de certaines passions" (Barthes, 1957, p. 680).

La relation de l'image et du spectacle, reprise elle-même par Debord, s'illustre tant par le théâtre ou la joute sportive comme événement construit qui doit nécessairement prendre en considération la présence d'un observateur dont les sens sont mis en éveil. "La théâtralité est [...] le résultat d'une dynamique perceptive, celle du regard qui lie un regardé et un regardant. Ce rapport peut être autant l'initiative d'un acteur qui manifeste son intention de jeu que celle d'un spectateur qui transforme de sa propre initiative l'autre en objet spectaculaire" (Féral, p. 358). Appliqué à l'architecture, entendons que le spectacle de l'édifice ou l'édifice spectacle relève tant de l'ambition de l'architecte que de l'appréciation extérieure de l'usager ou du critique. Dite spectacle, l'architecture, à l'expression souvent excessive, est intimement liée à *l'imaginaire de nos sociétés* et n'existe que dans le rapport visuel considérant quelques observateurs alors spectateurs.

Cette relation trouve pour corollaire dans la pensée de Debord une *médiation* où l'image, en intermédiaire, coupe de la réalité. Au-delà, *la société du spectacle* transformerait les choses réelles en images. Ainsi plus que l'image de l'architecture, l'architecture serait elle une image?

***Iconic building* ou l'architecture-image**

La proposition est faite par Charles Jencks. En théoricien et historien de l'architecture, il se propose d'analyser le phénomène récent de l'*iconic building* et ce dans un contexte réduit, occidental, chrétien, et capitaliste. Selon lui, la société marchande mue un édifice en signe, voire en logo. L'architecture fait entre autres l'image de telle ou telle compagnie. Parallèlement à l'ère de la société post-chrétienne, il affirme que la disparition progressive de la foi trouve pour réponse l'inflation symbolique du bâti. L'architecture est réduite à une icône.

En plus d'évoquer des images, l'architecture fait, sinon est, l'image. Si aucune occurrence ne cite l'ouvrage de Debord dans la réflexion de Jencks, ce dernier relie

sa vision d'une architecture contemporaine à celle d'une société; le réel de l'architecture, l'objet construit, se transforme en image et c'est bien l'évolution de la société qui en est la raison. La logique de l'entreprise s'applique au développement territorial et l'architecture instrumentalisée devient l'objet figuratif de nouvelles dynamiques. En d'autres termes, alors que l'architecture donnait à l'entreprise un prestige sinon une visibilité, les territoires et leurs collectivités s'enorgueillissent désormais d'édifices voués aux stratégies de communication.

En 1967, Debord proposait à travers *la société du spectacle* l'émergence d'images-objets. Aujourd'hui en plus d'une médiation par l'image, c'est l'objet qui se fait lui-même image. Une inversion s'opère. Ce sont donc à des objets-images que l'architecture doit être rapprochée.

DE LA NÉCESSITÉ D'UNE ÉCONOMIE VISUELLE

Une économie visuelle de l'architecture doit prendre en compte aujourd'hui deux dimensions: l'image de l'architecture et l'architecture comme image. En d'autres termes: l'image-objet et l'objet-image. L'exemple de l'architecture verticale à Londres nous permet d'illustrer cette dichotomie et de souligner l'importance d'une prise en compte d'une nouvelle économie visuelle.

La verticalité à Londres: un urbanisme spectaculaire

La tour 30 St. Mary Axe à Londres inaugure la renaissance urbaine de la capitale britannique. L'architecture verticale se trouve désormais au cœur de stratégies de petites et grandes échelles. Les tours ont toujours joué un rôle dans l'image de l'occupant. Les gratte-ciel de New-York ou de Chicago servent les ambitions de journaux ou de puissants industriels. Le Chicago Tribune, la Pan Am, ou encore Chrysler sont à même d'illustrer le propos. La compagnie d'assurance Swiss Re en développant une stratégie de "construction d'identité" a choisi pour son siège londonien une architecture innovante à la forme encore inédite (cf. p. 153).

Une fois l'édifice inauguré, ce n'est plus seulement la compagnie qui reçut un coup de projecteur mais l'ensemble de la ville, déportant ainsi à une plus grande échelle la logique publicitaire. Depuis, alors qu'une politique de renaissance urbaine menée par le maire Ken Livingstone et son conseiller en chef à l'architecture, Lord Rogers, prenait corps, l'urbanisme vertical est ouvertement prôné. L'effet d'entraînement est alors manifeste. Depuis le succès médiatique de 30 St. Mary Axe et l'aval de la mairie, les projets de tours se sont multipliés au cœur de la City.

"City celebrates its dramatic new skyline" (*The Guardian*, 22/5/2004). Le *Guardian* rapporte ainsi une exposition organisée en 2004 par la Corporation of London et

Lord Mayor, Robert Finch, dont l'objectif est de présenter les différents projets architecturaux de la City. "Je me réjouis de voir la manière dynamique dont la City a su faire preuve pour promouvoir des édifices iconiques" (*Ibid.*). Ces paroles, énoncées par le maire de Londres, comme les mots de Maev Kennedy, correspondant au *Guardian*, annoncent une rhétorique nouvelle et significative. Les changements dans la ligne d'horizon sont "dramatic", entendons sous ce faux ami, spectaculaires.

Réalisme et réalité: la confusion des architectures

Ces mêmes expressions sont officiellement employées notamment par divers rapports édités par le Greater London Authority. Tous soulignent une "demande économique" qui au sein d'une compétition internationale passionnée appelle à des "édifices-signatures". Une tour se doit d'être "une icône de pouvoir, de beauté ou de modernité [...] qui rend lisible la ville", un "iconographic building".

² "A tower may be an icon of power, beauty or modernity, [...] may also assist in the legibility of the city." D.E.G.W., (2002), *London's skyline, views and high buildings*, Londres, D.E.G.W., p. 11-16.

Les hésitations sémantiques sont certaines (entre signatures, iconiques, iconographiques) mais la vocation de l'architecture est, de par sa visibilité, de faire image sinon d'être une image.

L'importance de la vue est soulignée dans l'appréciation de chaque projet. De par leur forte présence paysagère, les tours font débat. Pour leurs détracteurs, elles *défigurent* la ville, pour leurs partisans elles dynamisent le paysage urbain. Le cas de Londres révèle une double politique. Face à la préservation de certains prospects et de perspectives à travers la mise en place de corridors protégés, la mairie encourage par ailleurs les constructions verticales et y voit un moyen d'améliorer l'image de Londres comme ville monde, en d'autres termes sa visibilité internationale.

Face à une population de prime abord réservée sur la question, c'est dans un effort pédagogique que la mairie multiplie communications, séminaires et autres expositions. Dans ce dessein de promotion de l'architecture verticale, les manifestations organisées consacrent une part importante aux visuels. Après la

City of London's New Architecture Exhibition en 2004, la Fondation d'Architecture de Londres propose en 2006 une exposition, *Airspace Panorama*, multipliant les scénarii ; le but est de présenter l'architecture verticale à Londres telle qu'elle aurait pu être, est, sera et pourrait être. La réalisation de l'imagerie a été confiée à la société Cityscape qui propose pour lors des images réalistes excepté pour la vision futuriste, *irréelle* [cf. <http://www.cityscape3d.com/default.aspx?pid=33>]. Cette même compagnie réalise



Airspace, scénario 2020, une "skyline" réaliste en passe d'être réalisée. Cityscape.

pour le compte des promoteurs DIFA et British Land une série de rendus réalistes pour chacun de leur projet, respectivement Bishopsgate Tower et Leadenhall Building. Ces images appuient la stratégie du commanditaire qui en fait alors sa publicité.

La compagnie Cityscape développe ainsi son slogan: "une imagerie photoréaliste pour l'aménagement comme pour le marketing". Ces images sont entre autres utilisées par les promoteurs pour leur site web. *Heron International* qui érige actuellement la tour éponyme au cœur de la City, diffuse de tels visuels sur internet présentant la tour comme nous ne la verrons sans doute jamais, à travers les yeux de Dieu. Peu importe, "elle est si vraie". La confusion exprimée à la vue de ces images révèle "un excès de présentation qui interdit au regardeur toute hésitation" (Lyotard, 2000, p. 226). Entendons par présentation le souci maniaque du détail qui ôte le doute. L'existant et le virtuel, le factuel et le fictionnel, le concret et l'imaginaire s'enchevêtrent sans qu'il ne soit alors possible de distinguer le vrai du faux. L'objet devient actualité dans la représentation.



Heron Tower. Le réalisme de l'œil de Dieu – Cityscape.
<http://www.herontower.co.uk>

L'image: (re)production?

À travers ces exemples, nous comprenons que l'économie visuelle de l'architecture se trouve au cœur d'une tension entre une architecture réelle qui tend de plus en plus vers l'iconisation et les images réalistes d'une architecture fictive. Stade ultime de la substitution annoncée du réel par l'image? Télescopage destructeur de toute distinction définitive?

Dans ce contexte, la nouvelle économie visuelle rapproche l'image de l'identité. Théoriquement, l'image relie et l'identité confond. Par l'image la ressemblance est virtuelle, entendons potentielle ou encore possible. Par l'identité elle est actuelle, soit effective et concrète. Comme l'image, l'identité ne s'arrête pas à la présence d'un objet. Qu'il existe ou non, qu'il soit réel ou pas, peu importe. Il nous faut accepter l'incertitude et ne dénoncer quelconque simulacre de l'architecture. Selon Debord, en s'interposant entre l'individu alors spectateur et l'architecture, l'image serait à l'origine d'une perte d'identité. Or, aujourd'hui, tant le réalisme des images que l'appréciation de l'architecture comme image appellent une identité.

De ce constat nous pourrions reprendre la réflexion soutenue par Neil Leach, théoricien britannique de l'architecture, où désormais "les images servent de lieux

d'identification". En soulignant que "dans une culture de la marque, l'identité se forge elle-même à travers l'image" (Leach, 2004, p. 93-94) il s'oppose ainsi à Debord et Baudrillard. Ce dernier, en plus de la perte d'identité, soulignait pour sa part la dénégation du sens et sa logique d'implosion: un "processus fatal sans transcendance possible du sens" serait en cours.

En 1988 Françoise Choay dénonçait déjà "la conséquence immédiate de cette primauté de l'image visuelle: la déréalisation des signes urbains." (Choay, 1988, p. 142). Ce type de lecture de l'architecture, emprunte de postmodernité, fait du bâti un signe (signifiant et signifié) qui serait, par cette suprématie de l'image, déshérité de toute "épaisseur symbolique". Mais cette critique est aujourd'hui remise en question. Neil Leach n'y voit qu'un "cul de sac" qui empêche d'appréhender l'objet architectural contemporain (signifiant) et son sens (signifié). Aussi souhaite-t-il, non sans excès, dépasser les positions de Debord, "oublier Baudrillard" et aller au-delà de la postmodernité en révélant un nouveau paradigme visuel. En d'autres termes, cette position assortie de l'inversion opérée de l'image-objet en objet-image souligne la réalité sinon la vérité de l'image, et non celle de la représentation. De plus, l'existence d'une architecture-image autorise et affirme un sens iconique au bâti. Dès lors, le simulacre du signe serait un signe. À ce titre, la perte d'identité ou la "logique d'extermination du référent" n'aurait plus lieu d'être dénoncée, dès lors que l'image serait elle-même référent. Il s'agit alors, à l'appel de Leach, d'abandonner une lecture de l'image en termes toujours négatifs. Par conséquent, dans une économie visuelle contemporaine, l'image ne s'inscrit pas dans l'ordre de la reproduction (soit de la représentation) mais de la production d'une architecture iconique (construite) ou iconographique ("de papier").

L'objet-image et la production du sens en architecture

Il nous semble nécessaire de placer l'architecture contemporaine au sein d'une économie visuelle. Produite, l'architecture répond à une demande. Il s'agit souvent aujourd'hui de créer tant les visuels séduisants et réalistes qu'un édifice iconique. Consommée, l'architecture est souvent appréciée comme spectaculaire. L'image-objet héritée d'une société du spectacle est rejointe par l'objet-image obtenu par un processus d'iconisation de l'architecture, où l'objet revêt un habillage qui le transforme en image.

Les thématiques visuelles assumées, la synonymie proposée par Kevin Lynch entre imaginabilité, visibilité, et lisibilité ne peut satisfaire. En démontrant l'importance du visible dans l'actuelle production et réception de l'architecture, une lecture de l'image semble controversée. Au sein d'une société dite du spectacle, l'image objet suppose une perte d'identité. Mais en reconnaissant la présence de l'architecture au

sein d'une économie visuelle, il s'agit de mettre en évidence un système productif et réceptif. L'architecture conçue et perçue comme image concède une lisibilité au visible. Il est désormais nécessaire d'ouvrir la production du sens en architecture à l'image. Aussi, les études récentes du cas dubaïote supposent cette même approche. À l'instar de Dubaï, prototype de la ville du XXI^e siècle, les villes se font théâtre de signes, "de signes de villes qui font signe".

BIBLIOGRAPHIE

- BARTHES, R., [1957]**
Mythologies, repris dans Barthes, R., *Oeuvres Complètes*, vol. I, Paris, Seuil, 2002, p. 673-819.
[1970], "Sémiologie et urbanisme", *L'architecture d'aujourd'hui*, n°153, déc.1970-janv. 1971 repris dans Barthes, R., *Œuvres Complètes*, vol. II, Paris, Seuil, 2002, p. 1277-1286.
- BAUDRILLARD, J., [1996]**
"Pourquoi des images en un temps de détresse ?", *L'image en architecture*, Paris, Editions de la Villette, p. 33-36.
- BAUDRILLARD, J., NOUVEL J., [2000]**
Les objets singuliers, Paris, Calmann-Lévy, 125 p.
- BAUKUH, [2007]**
"Roman Holiday. Exploiting the power of tourism.", *Visionary Power, producing the contemporary city*, Rotterdam, NAI Publishers, p. 161-169.
- BERLAGE INSTITUT, [2007]**
Visionary Power, producing the contemporary city, Rotterdam, NAI Publishers, 293 p.
- BURDETT, R. (dir.), [2006]**
Cities, architecture and society, la Biennale di Venezia, vol I, Venise, Marsilio, 383 p.
- BURGEL, G., [2000]**
"La ville spectacle est-elle une fiction", *café géo* du 25 avril 2000. http://www.cafe-geo.net/article.php3?id_article=174
- CHOAY, F., [1988]**
"Les signes de la ville", *Revue des Sciences Morales et Politiques* repris in Choay, F., *Pour une anthropologie de l'espace*, Paris, Seuil, 2006, p. 131-143.
- DAVIS, M., [2007]**
Le stade Dubaï du capitalisme, Paris, Les prairies ordinaires, 87 p.
- DEBORD, G., [1967, éd. 1992]**
La société du spectacle, Paris, Gallimard, 209 p.
- DE CERTEAU, M., [1990]**
L'invention du quotidien, 1. arts de faire, Paris, Folio, 350 p.
- D.E.G.W., [2002]**
London's skyline, views and high buildings, Londres, D.E.G.W., 114 p.
- DUVIGNAUD, J., [1970]**
Spectacle et Société, Paris, Denoël, 164 p.
- GOETHE, J.-W., [1829, éd. 1961]**
Voyage en Italie, Paris, Aubier-Montaigne.
- HALL, R., [2007]**
Built Identity: Swiss Re's Corporate Architecture, Basel, Birkhauser Verlag AG, 200 p.
- HARVEY, D., [1989]**
"From managerialism to entrepreneurialism: the transformation in urban governance in late capitalism", *Geografiska Annaler*, vol. 71, n°1.
- FÉRAL, J., [1988]**
"La théâtralité. Recherche sur la spécificité du langage théâtral", *Poétique*, n°75, Septembre 1988, p. 347-361.
- JENCKS, C., [2005]**
The iconic building, Londres, Frances Lincoln, 224 p.
- JUNGMANN, J., [1996]**
Ombres et Lumières, Paris, Éditions de la Villette, 151 p.
- LEACH, N., [2004]**
"C<AMO>UFLAGE", *À propos de Rem Koolhaas et de l'Office for Metropolitan Architecture. Qu'est ce que l'OMA?*, Paris, Moniteur, p. 89-100.
- LUSSAULT, M., [2007]**
L'homme spatial, Paris, Seuil, 363 p.
- LYNCH, K., [1969, éd. 1999]**
L'image de la cité, Paris, Dunod, 232 p.
- LYOTARD, J.-F.,**
"Au regard du réel", *Misère de la philosophie*, Paris, Galilée, 2000, p. 225-234.
- MADEC, Ph., [2000]**
Exist, Paris, Place, 82 p.
- MONGIN, O., [2005]**
La condition urbaine, Paris, Seuil, 330 p.
- PELLEGRINO, P., [2003]**
Le sens de l'espace. Les grammaires et les figures de l'étendue, Paris, Anthropos, p. 261.
- RAMBERT, F., [2005]**
Architecture tomorrow, Paris, Terrail, 280 p.
- SIMMONET, C., [2003]**
"Ne pas voir, figure architecturale de la disparition", *Faces*, n°42, p. 4.
- URRY, J., [2007]**
"The Power of spectacle", *Visionary Power, producing the contemporary city*, Rotterdam, NAI Publishers, p. 131-141.
- ZEVI, B., [1973]**
Apprendre à voir l'architecture, Paris, Éditions de Minuit, 134 p.
- Sites Web**
<http://www.airspaceweb.com>
<http://www.cityscape3d.com>
<http://www.cyberarchi.com>
<http://www.guardian.co.uk>
<http://www.herontower.co.uk>

