

La ville au risque de l'image

Communication des villes et imaginaire urbain (1)

par

Dominique PAGES

Maître de Conférences

CELSA (Université de Paris IV-Sorbonne)

***«Ne pas essayer trop vite de trouver
une définition de la ville ;
c'est beaucoup trop gros,
on a toutes les chances de se tromper»***

Georges Perec, *«Espèces d'Espaces»*

Les pratiques de communication ne vont pas sans incidence sur les territoires : de même que la révolution industrielle a profondément modifié au XIX^{ème} siècle la ville et le paysage urbain (notamment par la mise en place des réseaux ferroviaires), de même le développement des réseaux de communication (du TGV à l'émergence des «autoroutes de l'information») entraînent aujourd'hui une dématérialisation croissante des lieux, une érosion des repères spatiaux les plus quotidiens et donc l'apparition de nouveaux modes de fonctionnement et d'organisation des territoires. Dans un même temps, et comme pour conjurer cette abstraction des lieux, les politiques d'images, orchestrées par les responsables de la communication territoriale, revalorisent ces espaces en voie de délitement que sont le quartier, la ville, la région, le «terroir» par des stratégies de distinction plus ou moins offensives.

(1) Cet article sert de prélude à une série d'études plus concrètes (portant notamment sur la signalétique urbaine, la dimension imaginaire des projets de ville et les fondements utopiques des technopoles) qui analyseront le poids de l'imaginaire dans la production et l'organisation des territoires : de là son caractère «programmétique» et sa vocation heuristique.

Les différentes politiques d'aménagement du territoire, qui se succèdent depuis les lois de décentralisation de 1982, actualisent ce paradoxe : en effet, après avoir demandé aux villes de se singulariser et de revaloriser leurs ressources matérielles et symboliques (en vue de réaffirmer leur identité dans le cadre d'une promotion du local puis de la construction d'une «Europe des villes» (1)), le gouvernement les invite aujourd'hui, par le biais d'une Charte Nationale devant déboucher sur une nouvelle loi d'orientation du territoire, à participer au rétablissement de «l'égalité des chances entre les territoires» et à l'aider à conjurer «les antagonismes nés de la survalorisation de certaines d'entre elles» (2). Plus que jamais se pose donc la question du rôle que jouera la communication dans la réaffirmation des villes françaises au sein des grands courants de production et d'échanges du continent européen.

LE DIRECTEUR DE COMMUNICATION : UN «FAISEUR D'IMAGE» CONTRARIÉ

*«Notion vide, immatérielle et cependant
bourrée de sens, d'images, de symboles,
la cité est dans le même temps chosifiée
et personnifiée, à la fois réceptacle
et sujet de l'histoire»*

F. Fourquet et L. Murard,
«Les équipements du pouvoir» (3)

Dans ce contexte de réajustement, la tâche du responsable de communication d'une ville ne va donc pas sans aléas. D'une part, l'élu continue à lui demander de donner à la cité une image à la fois singulière, dynamique et cohérente afin d'en accroître la notoriété, de la positionner clairement dans l'esprit du public (et notamment dans celui des entreprises afin de provoquer des flux renouvelés de migrants) et de faire de la population un média positif de cette com-

(1) Cf. les lois de décentralisation de 1982 puis l'étude de la DATAR initiée par Michel Delebarre en 1992 qui visait à valoriser les villes françaises et faisait référence à d'anciens réseaux urbains à forte charge imaginaire (la ligue Hanséatique et la Décapole entre autres) en vue de fonder une «Europe des Villes», La Documentation Française, 1992.

(2) Cf. les deux études de la DATAR initiées en 1993 et 1994 par MM. Edouard Balladur, Charles Pasqua et Daniel Hoeffel qui ouvrent un nouveau débat national pour l'aménagement du territoire en vue d'une reconstruction du territoire national pour l'année 2015.

(3) *«Les équipements du pouvoir»*, U.G.E., 10/18, Paris, 1976, p. 50.

munication à usage externe (tout en assurant la cohésion interne de cette population).

D'autre part, les responsables de l'aménagement du territoire l'invitent à réviser cette politique de valorisation au profit d'une politique «intercommunale» et à repenser sa participation à la recomposition des territoires en une période de mondialisation des échanges. Si l'on en croit les dernières prévisions de la DATAR, la ville va, dans les vingt années à venir, être supplantée par des modes d'organisation plus complexes et beaucoup moins stables : les notions d'espaces et de territoires métropolitains, de maillages urbains, de zones métropolitaines et de métropolité ainsi que la réorganisation de l'espace national autour de sept régions fondent le nouveau projet de loi d'orientation de l'aménagement du territoire.

Comment le responsable de la communication va-t-il pouvoir intégrer ces orientations contradictoires ? Comment, dans un même temps, peut-il mettre en valeur la ville par des politiques d'image fortes et participer au développement de systèmes urbains mieux articulés aux territoires qu'ils irriguent ?

Les paradoxes des politiques de communication des villes

Jusqu'ici, ses missions s'inscrivaient dans un cadre relativement précis puisqu'elles consistaient principalement soit à créer, soit à conforter, soit à rénover l'image de sa ville. Ainsi, pour suggérer une politique dynamique et «innovante», visant à obtenir l'adhésion de populations nouvelles et à faire évoluer l'identité de la population autochtone, il pouvait élaborer une campagne d'affichage audacieuse. Pour réancrer la ville dans son histoire, il pouvait communiquer sur la rénovation de son centre ou de ses vieux quartiers, organiser des expositions, des fêtes et des festivals, ou encore, faire réaliser des publications visant à la commémoration des grands moments de la cité. Pour redonner «sens» aux parcours des citoyens et des touristes, il pouvait mettre en œuvre une signalétique efficace. A partir de cette batterie d'actions à vitesses et à intensités variables, il générerait autant de représentations de la ville à forte valeur métaphorique : ville surdouée (Montpellier «la Surdouée», Rennes «l'intelligente» ou Toulouse, à la fois «conservatoire» et «laboratoire») mais à visage humain (Grenoble, «à l'écoute») ; ville internationale (les Eurocités) mais ancrée dans son terroir (Lyon ou Nîmes) ; ville tournée vers le futur (les «technopoles») mais, dans un même temps, enracinée dans son histoire (Marseille). Autant de villes qui, pendant ces dernières années, se sont pensées entreprises, imaginées stratèges et gestionnaires et dont la perception sociale est systématiquement passée par la valorisation d'une image managériale.

Ces stratégies d'image, en célébrant la ville contemporaine à la fois comme un lieu de mémoire et comme un espace en mutation,

l'ont souvent assimilée à la ville-état précapitalistique qui dominait de manière autonome un territoire précis : durant plus d'une décennie, elles ont ainsi participé à renforcer les féodalités, privilégié des logiques d'affrontement sur des logiques d'alliance et accentué les inégalités sociales et territoriales.

Par ailleurs, elles relèvent d'une conception de la ville homogène, égalitaire et intégratrice qui, non seulement participe des idéaux républicains et de leurs références universalistes, mais se fonde sur une irréductible croyance dans les bienfaits des nouvelles technologies. Une vision du monde relevant d'une philosophie de l'histoire «prométhéenne» sous-tend cette mise en majesté de la ville, condamnée au progrès et vouée à devenir une «cité idéale».

La ville mise en images

Parallèlement à cette mise en image rationnelle et politique, se sont démultipliées et se démultiplient encore, hors du champ d'action du responsable de communication, d'autres images concernant la ville, des représentations émises ou produites par d'autres «faiseurs d'images» (qu'ils soient ou non des acteurs urbains). Depuis quelques années, la Ville fait l'objet d'une véritable tourmente imagière : artistes et, dans leur sillage, conservateurs de musées et médiateurs culturels, chercheurs de tout horizon, journalistes (de la presse nationale, régionale ou locale), citoyens eux-mêmes dans leur pratique quotidienne de la ville, génèrent ou déploient des images (1) contrastées pour ne pas dire contradictoires de la ville. A quoi renvoie ce jeu de miroirs entre la ville et ses représentations ? Pourquoi, à un moment où se développent des «territoires sans lieux» et des «non-lieux», émergent de telles images célébrant la ville dans tous ses états ?

Mais, au-delà d'une mise en évidence de cette profusion imagière, notre propos sera d'éclairer le rôle que joue et peut encore jouer le directeur de la communication dans son orchestration et, plus largement, d'évaluer sa participation à l'élaboration de nouvelles identités urbaines. Néanmoins, pour pouvoir envisager l'évolution de son action, un certain nombre de données restent à préciser : une rapide typologie des différentes images de la ville qui s'entrecroisent et interfèrent actuellement dans le champ social ainsi qu'un détour sur les conditions d'émergence de cette effervescence, permettront de mieux en situer les enjeux et les implications.

(1) Nous donnons ici à la notion d'image, un sens large, celui de copie, de reproduction du réel, de contenu mental phénoménologique associé à un objet. La notion de représentation recouvre quant à elle à la fois une construction faisant intervenir l'activité imageante du sujet et la figuration matérielle de l'objet d'étude, à savoir la ville.

FIGURES DE LA VILLE : SIMULACRES ET SIMULATIONS

«Les villes comme les rêves sont faites de désirs et de peurs, même si le fil de leur discours est secret, leurs règles absurdes, leurs perspectives trompeuses ; et toute chose en cache une autre»

Italo Calvino, *«Les Villes Invisibles»*

Il s'agit donc tout d'abord de déployer l'éventail des représentations et imageries dont la ville est l'objet en ébauchant quelques hypothèses sur la nature et sur la dynamique de leur agencement. En effet, si ces images relèvent de territoires narratifs multiples et prennent des formes variées, elles s'organisent entre elles en un jeu subtil de contrepoints : elles ne font pas que glisser les unes sur les autres de manière simplement émotionnelle (1), mais mettent bien en évidence la dimension imaginaire et historique qui fonde la ville tout en témoignant de la difficulté à saisir la dynamique dans laquelle celle-ci est actuellement prise.

Représentations à vocation esthétique

Les arts ont toujours réservé à la ville une place privilégiée. Plus qu'un réservoir de sensations rares et de perceptions subtiles, la ville est ainsi l'occasion en littérature d'itinéraires initiatiques singuliers. Ses courbes, ses angles et ses impasses ainsi que son caractère polymorphe constituent autant d'épreuves que le héros ou le narrateur affrontent de manière plus ou moins active : étranger, il s'y égare (le délire tropical de *Dans la jungle des villes* de Brecht ou le labyrinthe intellectuel des *Villes Invisibles* de Italo Calvino en témoignent) ; assiégeant, il en fait la conquête (*L'apprentissage d'une ville* de Luc Dietrich en dresse les étapes) ; errant, il la parcourt pour se découvrir lui-même mais sans parvenir toujours à en maîtriser le contour (*La Trilogie New Yorkaise* de Paul Auster en est une illustration subtile) ; acteur, il s'en rend maître pour asseoir ses ambitions (les récits de Balzac ont éternisé cette figure) ; barbare, il la dévaste (la littérature romantique puis décadente a démultiplié les visions de cités dévastées ou d'invasions mettant à sac les villes européennes) ; disciple, il en parcourt la moindre parcelle pour en faire le support

(1) Contrairement à ce que suggère Alain Mons dans son ouvrage : *«La Métaphore sociale : images, territoire et communication»*, coll. *Sociologie d'aujourd'hui*, éditions du Seuil, 1992, en assimilant cette effervescence d'image de la ville à «une oscillation de sens qui s'effectue par (...) les trajectoires fluctuantes des formes».

d'une esthétique (*La forme d'une ville* que Julien Gracq consacre à Nantes est en cela exemplaire) (1).

De même, les peintres, les photographes et les cinéastes figurent la ville dans un registre tour à tour intimiste, théâtral ou apocalyptique (2). Dans la lignée de l'école romantique qui représenta Londres, Paris, Berlin en ruines, les peintres contemporains multiplient les images de dévastation ou de déshumanisation : villes morcellées et fragmentées des Futuristes (Balla, Carra ou Severini) ; ville géométrisée jusqu'à l'absurde par Mondrian (*New York City 1, 2, 3, Broadway Boogie Woogie*) ; villes incendiées ou apocalyptiques des expressionnistes (Otto Dix, Georges Grosz, Ludwig Meidner entre autres) ; villes pillées et réinventées des nouveaux réalistes et plus récemment de Basquiat.

Les photographes et les cinéastes, par leurs cadrages toujours subjectifs, oscillent, quant à eux, entre la célébration optimiste de la vie urbaine et la dénonciation de ses malaises et exclusions. Que ce soient les photographes humanistes (Doisneau et Ronis entre autres) et les réalisateurs des années 50 (Carné ou Autant Lara) qui ont saisi Paris dans ses recoins à la fois les plus intimes et les plus emblématiques ; que ce soient les photographes (de Walter Evans à Brisley) ou les cinéastes anglo-saxons (Lynch ou Tarantino) qui privilégient de plus en plus les bas-fonds, la corruption, la dégénérescence et donc les aspects sombres et refoulés du cadre urbain ; que ce soient enfin les cinéastes européens actuels (Almodovar, Besson ou Wenders) qui mettent en scène une ville déshumanisée ou à la dérive, les créateurs d'images montrent la ville de préférence dans ses activités souterraines et marginales pour mieux en faire surgir la charge profonde d'humanité, pour mieux y saisir la singularité de «territorialités oubliées».

(1) En marge de cette pratique littéraire, évoquons les utopistes qui ont souvent construit leur image du monde en forme de microcosme urbain : ainsi les projets de ville idéale d'Epaminondas (la Mégapolis), l'organisation urbaine de Moore, la ville administrative idéale des intendants du XVII^{ème} siècle ; de même, à la limite de l'art et de l'industrie, les projections idéalisées de la ville que proposent, par le biais de leurs maquettes et de leurs esquisses, les architectes, les urbanistes mais aussi ces artistes que l'on qualifie depuis quelques années d'«urbains», tels Yves Michaud, Jenny Holzer, Hans Haacke, les Poirier ou encore Alain Bublex et Milen Milenovich (qui ont élaboré un projet imaginaire de ville nommé Glooscap, susceptible d'être réalisé).

(2) Cf. l'exposition pluridisciplinaire sur la Ville proposée par le centre Beaubourg de l'hiver 1993 au printemps 1994, que présente le catalogue «La Ville. Art et Architecture en Europe», Centre Georges Pompidou, 1993, ainsi que les travaux de P. Tessin et S. Torgue sur Les Villes Imaginaires, menés dans le cadre du Centre de recherches sur l'Imaginaire (Université Paul Valéry, Montpellier).

L'intérêt de ces représentations imaginaires qui donnent à la ville une véritable dimension légendaire est certainement la résistance qu'elles offrent aux imageries officielles : il ne s'agit pas d'images stéréotypées, mais bien de la figuration de nouveaux modes d'interrogation de l'espace.

Représentations véhiculées par les médias

La mise en image de la ville par les médias est certainement la plus riche de sens, la plus féconde à analyser : elle brasse et exacerbe l'ensemble des représentations en présence, activant tant les peurs que les aspirations que les villes ont suscitées de tout temps. Ainsi, la presse, la radio, mais surtout la télévision nous invitent chaque jour à constater l'actuelle profusion des représentations urbaines : un même journal télévisé peut successivement évoquer, en passant du ton pathétique à l'euphorie (celle des happy-end), les «massacres rituels» des villes de l'ex-Yougoslavie (Osijek, Zadar, Mostar, Sarajevo), les banlieues à la dérive, les plans du futur Beyrouth 1996 et la mise en réseau des villes européennes, aussitôt relayé par la publicité qui propose encore d'autres visions de la ville : villes tentaculaires, conviviales ou high tech qui servent de cadre à la promotion tant de produits de grande consommation que de services tournés vers le futur ou garantissant la sécurité d'un présent réconciliateur.

A cette catégorie, pourraient être adjoints les affiches et prospectus de promotion des constructeurs immobiliers qui passent de plus en plus par l'image pour manipuler les affects des futurs acquéreurs mais aussi les cartes postales, les timbres et les flammes d'oblitération qui, discrètement, véhiculent de par le monde des figurations emblématiques des villes traversées.

Représentations sauvages ou spontanées

Les images produites par les habitants à partir de leurs pratiques quotidiennes et de leurs rêveries sur la ville relaient, nuancent voire défigurent ces représentations publiques : images souvent poétiques et toujours affectives, que chaque habitant porte en lui, façonne à sa façon et transmet comme il peut par le biais des rumeurs et des légendes urbaines, des journaux associatifs et des lettres de quartiers ou encore par l'intermédiaire des tags, des graffitis et autres inscriptions sauvages qui racontent la ville au fil de façades anonymes et de panneaux abandonnés. Images spontanées ou détournées qui se démultiplient avec l'intensification de la mobilité : le citoyen a de plus en plus tendance à s'approprier cet espace mobile qui lui échappe et est de plus en plus enclin à détourner de leurs usages prévus les lieux qu'il parcourt ou habite. Images riches d'enseignements sur les modes actuels de symbolisation des espaces et dont l'immense vitalité est souvent ignorée des responsables de communication et autres rénovateurs urbains...

Représentations à volonté théorique et scientifique

Les réflexions interdisciplinaires menées actuellement sur la Ville (notamment par le PIR villes (1), la Datar et le Comité Interministériel d'aménagement du territoire) ainsi que les colloques et conférences organisés à l'initiative de divers acteurs des collectivités territoriales actualisent voire génèrent, nombre de représentations paradoxales sur la ville (2). Celles-ci prennent le relais, amplifient et parfois dénaturent les images et les projets de ville élaborés antérieurement par l'ensemble des sciences sociales : l'histoire, l'anthropologie, la sociologie et l'économie urbaines ; l'urbanisme et la géographie (les statistiques, et surtout, la cartographie dans tous ses états : les plans guides, les plans routiers et autres relevés que l'on peut passer au crible pour apprécier la qualité de clarté, la facilité de repérage de l'ordre urbain) ; la philosophie, les sciences politiques et, plus récemment, les sciences de l'information et de la communication dont les représentations en se confrontant visent à la production de nouvelles mises en relation des savoirs sur la ville et à la mise en évidence de la complexité des phénomènes urbains.

Représentations politiques

L'ensemble de ces images, plus ou moins officielles, se superposent donc à celles qu'élaborent les élus et leurs responsables de communication pour vanter les atouts de la ville, mobiliser ses énergies et surtout «construire» son imaginaire. Toute une panoplie de moyens contribue à cette mise en image destinée à conjurer les effets d'une perte de netteté géographique et politique de la ville : relations publiques, brochures, bulletins et journaux municipaux, affiches, expositions, télématique, signalétique, autocollants de toutes sortes véhiculent des images promotionnelles tendues entre nostalgie et progrès et vantant plus un projet de ville anticipateur d'un monde meilleur qu'une véritable réalité urbaine. Mise en spectacle à l'imaginaire appauvri donc, célébrant une ville vertueuse où l'on vit en parfaite intelligence, une ville clone infiniment substituable que seules viennent encore contredire les images conservées et régulièrement exposées par les musées ou les associations municipales : plans reliefs, cartes d'état major mais aussi relevés topographiques que

(1) Le PIR villes (programme interdisciplinaire de recherche sur la ville qui a été lancé en février 1994 devant un public de chercheurs, mais aussi de décideurs et d'acteurs de la ville) cherche à mettre en œuvre des démarches globales susceptibles de combler l'échec des politiques sectorielles et de prendre en compte la complexité des phénomènes urbains en favorisant la coordination des institutions et de nouvelles mises en relation et organisation des savoirs.

(2) Ainsi «*Les Etats généraux de la ville du Futur*» organisés à l'initiative de plusieurs villes, régions et groupes publics et privés en 1993.

convoquent régulièrement les élus pour rappeler et glorifier de manière plus ou moins anachronique la genèse et la pérennité de leur ville.

De cet exposé sommaire et donc lacunaire, se dégagent quelques évidences : la ville, qui de tout temps a été mise en image, est un objet imaginaire et donc un support de rêve privilégié. Riche d'un fort capital symbolique, elle ne peut être appréhendée de manière objective ni saisie par un seul regard : quelles que soient sa dimension et son organisation, la ville ne peut plus être figurée de manière unifiée. Bénéficiant d'un capital historique souvent très dense, elle doit être envisagée non seulement dans sa dimension économique et politique, mais aussi dans sa dimension sensible et légendaire : sa charge émotive et affective travaille tant la mémoire que l'imagination de chacun.

Par ailleurs, ces figures semblent s'organiser autour de deux pôles : d'un côté, la figuration d'un immense chantier de démolitions, de déconstructions et de reconstructions permanentes qui pourrait témoigner d'une certaine rage des sociétés à détruire leurs villes ; d'un autre côté, la célébration d'une gestion patrimoniale de la ville qui pourrait quant à elle témoigner de l'émergence d'un nouveau mythe de la ville. N'est-t-il pas étonnant qu'au moment où sont stigmatisées l'abstraction croissante des lieux (espaces verts, grands ensembles, unité d'habitation) ainsi que la démultiplication des non lieux (zonings, parkings ou autoroutes) (1), qu'au moment où le remplacement de la ville par l'urbain devient une évidence, se réaffirme un imaginaire de la ville et se déploie une intense activité métaphorique à son propos ? Cette alternance entre représentations concrètes de la ville et représentations abstraites d'un univers urbain en expansion n'est-elle pas la manifestation d'une perte d'orientation généralisée ?

Aussi laconique soit-il, ce panorama des figures de la ville nous amène à réfléchir au rôle que jouent ces simulacres, à leur capacité effective à combler l'actuelle déficience des modes d'appropriation des territoires. Déficience qu'éclairera un détour sur les différentes crises que traverse la ville.

(1) Autant de non lieux évoqués par Marc Augé dans son ouvrage *«Non lieux - introduction à une anthropologie de la surmodernité»*, la librairie du XX^{ème} siècle, Seuil, 1992.

DE LA CITÉ IDÉALE AUX NON-LIEUX : DE L'EFFICACITÉ DES IMAGES TERRITORIALES

«Ce n'est pas le passé lui-même qui nous domine (...), ce sont des images du passé (...). C'est là qu'elle met à l'épreuve son identité, son intuition d'un progrès ou d'un recul. Les échos grâce auxquels une société s'efforce de déterminer la portée, l'influence et la logique de sa propre voix proviennent de l'arrière»

Georges Steiner,

«Dans le Château de Barbe Bleue

Notes pour une redéfinition de la culture» (1)

Le refrain est lancinant : la ville est en crise. Le développement des nouvelles technologies de communication et la prépondérance de l'économie dans la production des agglomérations contemporaines, préalablement évoqués, mais aussi le problème des banlieues, la saturation des mégalo-pôles du Tiers monde participent de cette crise des systèmes urbains.

Pour ces raisons et dans la perspective d'une recomposition des formes d'exercice des pouvoirs, la ville cherche un nouveau statut. Depuis plus d'une décennie, nous l'avons dit, une redéfinition économique et politique du rôle de la ville s'affirme tout en se nuanciant : dans les années 80, le local fut réinventé pour conjurer les effets pervers d'une trop grande centralisation - la prééminence historique de Paris - et d'une planification trop systématique des territoires par l'appareil d'Etat ; la notion de «citoyenneté urbaine» fut de même convoquée pour donner au politique une nouvelle légitimité et pour relativiser la trop forte identité donnée aux nations ; dès 1992, les chartes d'objectifs pour les grandes métropoles et les programmes de réseaux de villes se sont multipliés dans l'espoir de voir poindre de nouveaux modèles d'occupation de l'espace et de nouveaux modes d'organisation du politique ; enfin, l'actuel débat national sur l'aménagement du territoire amplifie cette volonté de repositionnement de la ville et de restructuration du territoire (2) : il s'appuie sur une logique intercommunale et cherche à promouvoir de nouvelles démarches de planification à des échelles tant infra que supra communales, au risque de complexifier encore plus le rapport des villes à leurs territoires.

(1) p. 13 Folio, Essais Gallimard réédition, 1990.

(2) Cf. les études de la DATAR de 1992, 1993 et 1994 précédemment citées.

**L'image,
gardienne
des identités
urbaines ?**

Sous ces éclairages, la profusion des images urbaines prend tout son sens. Plusieurs fonctions peuvent ainsi leur être attribuées :

- une fonction de **conjuración** : face aux incertitudes provoquées par l'évolution rapide et l'ouverture croissante des systèmes urbains qui tendent à perdre tant leur valeur de limite que leur fonction de structuration sociale, la plupart de ces images semblent protéger une idée nécessaire de la ville : celle d'un lieu signifiant et réconfortant, déniait la fragmentation généralisée des espaces, d'un lieu aux frontières claires qui puisse répondre au besoin fondamental de l'homme de s'orienter. Ainsi la profusion des images patrimoniales semble correspondre à une impossibilité de penser la mutation et l'éphémère et donc à un emportement de la mémoire face à une faillite du sens ;

- une fonction de **suppléance** : la prépondérance de l'économie mais aussi celle de l'Etat ont rendu l'espace plus abstrait, moins chargé de vie et d'usage collectif qu'il ne le fut ; en fonctionnalisant les villes, en les réduisant en un instrument, ou plus précisément en une infrastructure du développement économique, elle a progressivement « effacé les bases réelles de la vie sociale » et, incidemment, transformé les communautés locales en un véritable dispositif de temporisation des penchants (1). Les images, en minorant cette dimension économique et disciplinaire, tendent à combler cette défaillance symbolique : en un moment de dématérialisation du lien social, elles redonnent donc à la ville, une autonomie sémantique, une richesse de signification. A travers ces simulacres, se réaffirment ainsi la matérialité de la ville, sa dimension sensorielle et les relations de proximité qu'elle peut retisser au quotidien : les images non seulement l'esthétisent et lui redonnent corps mais lui réattribuent un sens. En cela on peut se demander si cette multiplication d'images ne manifeste pas l'absence de capacités de la part des gouvernements à imaginer et à représenter ce que devrait être la ville à venir ;

- une fonction de **résistance** : contrairement à d'autres systèmes et institutions, la ville manifeste quelques difficultés à évoluer par degrés sensibles. Ainsi les citoyens continuent parfois à fonctionner sur le mode du village et vivent la ville sur un mode mythique : par le biais de récits légendaires, par l'envoi de cartes postales, par la création d'associations à vocation commémorative, ils mettent en place un véritable dispositif de production de mythes ;

- une fonction de **passage** enfin : à l'opposé, nombre des images évoquées et plus particulièrement celles produites par les institutions publiques font œuvre de rite de passage, mettent en scène le

(1) Cf. Guy DEBORD : « *La Société du Spectacle* », éd. Buchet Chastel, 1972.

changement. A travers elles, la ville est sommée de créer sa propre illusion : elle devient capable de s'adapter à la modernité et démontre ainsi son pouvoir intrinsèque de métamorphose.

Ces diverses fonctions interfèrent et recouvrent une même problématique : si jadis la polis délimitait bien un espace politique (c'est-à-dire l'espace commun des citoyens) et traçait les limites de ce qui lui était étranger (à savoir la barbarie), comment penser aujourd'hui l'altérité alors que le dehors et le dedans ne sont plus des repères clairs, que les limites se dissolvent ? Ces images manifestent donc dans un même temps une crise des valeurs urbaines et la quête de formes nouvelles susceptibles d'accompagner l'homme dans sa recherche d'enracinement au monde.

La ville spectacle ou les risques de l'exposition

Mais, aussi signifiant soit-il, ce foisonnement d'images ne va pas sans risque : en les mettant en concurrence, il suscite non seulement des interférences, des dissonances, un brouillage des différences et une érosion des spécificités des villes mais met aussi à mal leur capacité à asseoir une mémoire collective et rend difficile l'émergence de nouvelles représentations figurant les futurs systèmes urbains.

La ville livrée aux images doit faire face à deux tentations qui peuvent d'ailleurs se conjuguer. D'une part celle de la muséification : en se citant en s'exposant sans mesure, la ville se sacralise, devient prisonnière d'une esthétisation morbide et se perd dans un jeu de miroir stérile, occultant les vrais problèmes qui la traversent (notamment l'exclusion) ; d'autre part, celle d'une survalorisation du modèle communicationnel qui rend arbitraires et floues les limites de la ville et artificiels, ses ancrages historiques et culturels : le flux des représentations activé par les médias et les réseaux a, sur le réel de la ville, un double effet d'appauvrissement et de fragmentation. Mais, l'image peut-elle dans un même temps aider à contruire un lieu de mémoire urbaine et servir de levier au changement urbain ?

L'image, une clé pour un nouveau système urbain ?

Malgré ces réserves, ces images actualisent un véritable imaginaire urbain en gésine et témoignent d'une volonté plurielle de poser la question de la ville : qu'est-ce qu'une ville ? Qu'est-ce qu'un lieu ? Qu'est-ce qu'habiter ? Au fil de leur dispersion, s'affirme tant bien que mal une aspiration à réinventer un espace sensible où vivre, un espace aux limites et aux enchevêtrements lisibles. Aspiration à laquelle répond en fait la référence à la mémoire qui sous-tend nombre de ces images : l'actuelle mise en exposition de toutes les métamorphoses temporelles de la ville permet en effet de conjurer ce grand mouvement de disparition des

traces qui atteint les lieux et donc de déjouer l'évanescence des formes, tout en donnant à la ville un destin exemplaire, en l'inscrivant dans une trajectoire temporelle continue.

L'image n'est donc pas seulement une manière de représenter mais aussi un moyen de «relier et d'agir» : elle met l'accent sur l'impact figuratif du monde social et constitue un instrument d'action à part entière, une «figuration dotée d'efficace», c'est à dire «un intermédiaire entre la pensée et l'acte qui convertit l'idée en une force agissante sur le monde matériel et les rapports sociaux (...)» (1). En cela, ces «instantanés mémorables» de la ville participent à la restauration des relations de l'homme aux territoires et peuvent aider à la définition d'une nouvelle urbanité. De même qu'au XIX^{ème} siècle, l'émergence d'une nouvelle terminologie (buildings, zonings, etc.) (2) avait permis d'instaurer un système urbain qui aujourd'hui s'épuise même s'il fonde encore les projets et les réalisations de nombre d'urbanistes contemporains, de même l'image peut contribuer à relativiser les effets de la décomposition actuelle des territoires et donc à recréer du lien social.

QUELLES REPRÉSENTATIONS POUR QUELLE COMMUNICATION TERRITORIALE ?

«Cette société qui supprime la distance géographique recueille intérieurement la distance, en tant que séparation spectaculaire»

G. Debord, *«La Société du Spectacle»*

**La ville
n'est pas sage
comme une image**

On aura compris par ces détours multiples que la politique d'une ville ne peut pas s'assimiler à la politique d'image d'une entreprise et qu'on ne peut représenter la ville dans sa seule dimension économique ou politique. L'approche marketing ne suffit plus : la ville n'est pas plus un produit qu'une communauté artificielle. Fondée sur la concertation et sur la participation des différentes populations, la ville, comme Communauté d'hommes et idéalement de citoyens, ne peut être traitée impunément en termes de positionnement, de segmentation, de lignes de produits, de nom de marque :

(1) G. BALANDIER, dans son article : *«Images, Images, Images»*, in *Nouvelles images, nouveau réel*, cahiers internationaux de sociologie, PUF, 1987.

(2) Cf. F. CHOAY in *Le sens de la ville*, ouvrage collectif, éditions du Seuil, p. 24.

la ville n'est pas seulement «inscription au sol de la société» mais bien, selon l'expression de Valéry, «une machine à fabriquer de la civilisation», c'est-à-dire du commerce mais aussi de la liberté et de la culture.

Ainsi l'impact de la politique d'image d'une ville n'est pas celui d'une entreprise. Ses implications sont autrement lourdes de sens : une campagne mal «ciblée» peut dénaturer un capital historique et faire fuir les possibles migrants (l'exemple de Bordeaux) ; une campagne trop voyante visant à capter des ressources, des investissements et des emplois nouveaux peut attirer des populations autres que celles attendues, rendre la mobilité trop importante et déboucher sur des inégalités territoriales criantes (pour exemple, les risques de contreproductivité de la communication de Montpellier) ou encore ruiner une collectivité locale (1) ; une image incertaine peut transformer les citoyens en «ambassadeurs» sans conviction ; enfin, une image trop singulière peut dénaturer le lien de la ville aux territoires où elle s'inscrit (réseaux de ville, département ou région, voire nation) et réinstaurer l'esprit de clocher.

Par ailleurs, nombre de chartes graphiques, de systèmes signalétiques et de campagnes d'affichage ont montré ces dernières années les risques de banalisation et d'uniformisation des politiques d'image urbaine : non seulement les notions de cohérence, d'unification et d'intégration chères aux responsables de la communication ne coïncident pas avec la réalité des villes mais elles peuvent freiner le développement urbain. Les villes ne sont pas destinées à se figer en une réalité stable et cohérente : l'idée que peu à peu vont réémerger des environnements urbains ordonnés et homogènes est un vœu pieux ou mieux, une fiction destinée à rassurer on ne sait plus qui. La ville est et sera de plus en plus caractérisée par l'interférence de structures et de forces souvent opposées, d'origine, de situation et de finalités souvent diverses, voire contradictoires : avec l'émergence des cités-régions, des pays et l'affirmation de la «métropolité», ni sa confusion ni ses conflits actuels ne vont se dissiper.

Il semble donc que la représentation mentale de la *civitas*, organisée et cohérente, ne soit plus opérante : une topographie nouvelle intégrant le flou et la complexité de la ville ainsi que des représentations susceptibles de figurer le désordre et l'éphémère (qui sont les nouveaux référents imaginaires de la ville) restent à inventer. Il ne s'agit donc plus de construire la ville et les territoires à partir de leur seule matérialité mais de les repenser en intégrant de manière

(1) Ainsi les politiques d'images trop ambitieuses de nombreuses villes ont mis en péril les établissements financiers eux-mêmes : Nantes et Chambéry, avec la création de leurs cités des congrès ; Cannes avec la rénovation de son palais des Festivals ; Nîmes avec le développement de sa technopole.

plus manifeste les imaginaires comme matériaux d'une perception restituée.

**Le dircom :
un «faiseur
d'identité»
possible ?**

Prendre en compte l'effervescence imagière dont la ville est l'objet peut ainsi être l'occasion pour le responsable de la communication de sortir des impasses actuelles de sa mission : en s'interrogeant sur le sens et la singularité de ces images générées en dehors de son champ de compétences, ne peut-il pas en effet, mettre en question son propre rôle de faiseur d'image et le positivisme simplificateur des politiques de communication, menées depuis les années 80 ? Ne peut-il pas comprendre qu'à travers elles, aussi confuses et paradoxales soient-elles, c'est une culture qui se reconduit et se transforme, une nouvelle dynamique urbaine qui se met en œuvre ?

En évitant d'amoinrir leur charge imaginaire et symbolique, en acceptant leur imbrication et leur étrangeté (comme le font actuellement certains designers, urbanistes et architectes (1)), il peut éviter le «marasme de l'identique» et valoriser la différence. En prenant en compte leurs contrastes et leurs contradictions, il peut élargir son rôle de gestionnaire des apparences à celui d'un véritable «méta-auteur», capable de proposer un montage de l'ensemble des images en présence, sans que celles-ci s'annulent les unes les autres, pour que surgissent de nouvelles significations aptes à revivifier la ville et les territoires où elle s'inscrit (2).

En cela ces images, qui figurent les désirs, les aspirations, les croyances mais aussi les craintes que suscite la ville, peuvent participer pleinement à l'élaboration des «projets de ville» tant prisés à ce jour : par leur dimension virtuelle et leur valeur heuristique, elles peuvent vitaliser ces projets qui s'inscrivent plus dans une logique technique et politique d'anticipation qu'ils ne s'enracinent dans un imaginaire collectif.

**Pour une nouvelle
approche de la
communication
territoriale**

La communication n'est donc pas seulement productrice et organisatrice d'image mais fait partie intégrante des rapports sociaux de production : elle constitue un «acteur» du changement social et participe pleinement à une reformulation de l'espace public. Par son biais, le gouvernement urbain cherche donc non seulement à susciter un sentiment d'appartenance mais aussi à figurer de nouveaux modèles de développement urbain : les politiques d'images des

(1) Dont Fred KOETLER, co-auteur de l'ouvrage «Collage City» (coll. supplémentaires, éd. du Centre Georges Pompidou, rééd. 1993), Rem Koolhaas et Andrea Branzi.

(2) A condition peut-être que ce responsable de la communication acquière une culture qui puisse l'aider à resituer dans leur contexte d'émergence les images de la ville et des territoires qui sous-tendent ces activités : une culture transversale qui lui permette d'interpréter et de concilier l'ensemble des systèmes de représentations préalablement évoqués.

plus manifeste les imaginaires comme matériaux d'une perception restituée.

**Le dircom :
un «faiseur
d'identité»
possible ?**

Prendre en compte l'effervescence imagière dont la ville est l'objet peut ainsi être l'occasion pour le responsable de la communication de sortir des impasses actuelles de sa mission : en s'interrogeant sur le sens et la singularité de ces images générées en dehors de son champ de compétences, ne peut-il pas en effet, mettre en question son propre rôle de faiseur d'image et le positivisme simplificateur des politiques de communication, menées depuis les années 80 ? Ne peut-il pas comprendre qu'à travers elles, aussi confuses et paradoxales soient-elles, c'est une culture qui se reconduit et se transforme, une nouvelle dynamique urbaine qui se met en œuvre ?

En évitant d'amoindrir leur charge imaginaire et symbolique, en acceptant leur imbrication et leur étrangeté (comme le font actuellement certains designers, urbanistes et architectes (1)), il peut éviter le «marasme de l'identique» et valoriser la différence. En prenant en compte leurs contrastes et leurs contradictions, il peut élargir son rôle de gestionnaire des apparences à celui d'un véritable «méta-auteur», capable de proposer un montage de l'ensemble des images en présence, sans que celles-ci s'annulent les unes les autres, pour que surgissent de nouvelles significations aptes à revivifier la ville et les territoires où elle s'inscrit (2).

En cela ces images, qui figurent les désirs, les aspirations, les croyances mais aussi les craintes que suscite la ville, peuvent participer pleinement à l'élaboration des «projets de ville» tant prisés à ce jour : par leur dimension virtuelle et leur valeur heuristique, elles peuvent vitaliser ces projets qui s'inscrivent plus dans une logique technique et politique d'anticipation qu'ils ne s'enracinent dans un imaginaire collectif.

**Pour une nouvelle
approche de la
communication
territoriale**

La communication n'est donc pas seulement productrice et organisatrice d'image mais fait partie intégrante des rapports sociaux de production : elle constitue un «acteur» du changement social et participe pleinement à une reformulation de l'espace public. Par son biais, le gouvernement urbain cherche donc non seulement à susciter un sentiment d'appartenance mais aussi à figurer de nouveaux modèles de développement urbain : les politiques d'images des

(1) Dont Fred KOETLER, co-auteur de l'ouvrage «Collage City» (coll. supplémentaires, éd. du Centre Georges Pompidou, rééd. 1993), Rem Koolhaas et Andrea Branzi.

(2) A condition peut-être que ce responsable de la communication acquière une culture qui puisse l'aider à resituer dans leur contexte d'émergence les images de la ville et des territoires qui sous-tendent ces activités : une culture transversale qui lui permette d'interpréter et de concilier l'ensemble des systèmes de représentations préalablement évoqués.

villes, tout en comblant une demande de repérage des populations et donc en suscitant des identifications de toutes sortes, veulent générer des élans et donner une vision dynamique d'un territoire à venir.

Mais aujourd'hui que la question territoriale se complexifie et préfigure l'émergence d'une nouvelle culture et d'une nouvelle approche du lien social, aujourd'hui que se substitue à une stratégie de distinction, une stratégie de solidarité des villes, comment atténuer les effets de stratégies d'images trop fortes sans perdre la confiance des citoyens, déjà soumis à des messages de plus en plus contradictoires ? Comment élaborer une nouvelle politique de valorisation susceptible d'accompagner les projets d'aménagement tant français qu'européens ? Comment traduire concrètement en images cette nouvelle solidarité et cette nouvelle imbrication des territoires ?

Créer une image intégrant les critères de complexité et de discontinuité et actualisant ces nouvelles logiques d'interaction nécessite des approches nouvelles, plus subtiles que celles qui motivent les actuelles politiques de communication territoriales. Cette invention de nouvelles «figures péri-urbaines» ne bénéficie pas en effet de référents historiques aussi forts et homogènes que ceux qui alimentent les imageries traditionnelles des villes : fondée sur la notion de métropolisation (1) propre à notre siècle, elle ne peut s'appuyer sur des sources littéraires ou iconographiques fécondes ni se résumer d'ailleurs en la simple mise en majesté d'un territoire défini. Ces nouvelles fictions urbaines vont avoir à représenter des formes territoriales ou supra-territoriales très évolutives, qualifiées tantôt de zones péri-urbaines, tantôt de réseaux urbains ou de «cités-régions», auxquelles manque encore un imaginaire «clair et positif» ; elles auront donc à articuler une imagerie municipale plus ou moins forte avec une imagerie interurbaine encore peu évocatrice - elle même articulable aux images parfois contradictoires de la nation et de l'Europe.

Une nouvelle imagerie territoriale, sensible et évocatrice, reste donc à élaborer. La relation aux lieux est, nous le rappelons, affective et existentielle : elle participe à l'élaboration des modes de représentations des individus, à leur intégration à la communauté et à leur capacité d'orientation dans l'espace. Ainsi ces images ne devraient pas seulement faire accepter à l'individu, de manière rationnelle les nécessaires évolutions de l'environnement ou l'aider à se repérer «objectivement», mais lui permettre de construire une relation intime, subjective, avec les lieux habités ou les territoires

(1) La notion de métropolisation rend compte de l'apparition de territoires nouveaux où des villes et des campagnes sont en cours d'intégration dans un ensemble fonctionnel. Elle ne recouvre donc pas un ensemble territorial continu composé d'un centre et d'une périphérie mais un espace composé de plusieurs villes centres réellement autonomes, tout en étant interactives.

traversés. Il s'agit donc de redonner aux territoires aussi mobiles soient-ils un pouvoir attractif pour l'imaginaire : les schématisations qui figurent actuellement le territoire français en 2015 et évoquent plus des commutations informatiques qu'un véritable projet de réorganisation des relations humaines, semblent l'avoir oublié.

Pour parvenir à cette figuration, une prise en considération des différents systèmes de représentations dont l'ensemble de ces territoires sont l'objet est nécessaire : ceux des citoyens dont la vitalité et l'inventivité sont souvent oubliées, ceux des différents leaders d'opinion (conseillers généraux, conseillers régionaux, conseillers en urbanisme, responsables associatifs, entre autres) qui participent concrètement à la gestion du développement urbain et à l'aménagement du territoire, ceux des géographes dont les cartes se perfectionnent tant techniquement qu'esthétiquement mais aussi ceux des artistes qui produisent des images neuves, susceptibles de sortir des représentations stéréotypées (1). Seule l'interaction de ces représentations peut mettre à jour la nouvelle relation que l'homme entretient avec son environnement. Il s'agira donc pour l'élu et son responsable de communication de mettre en œuvre une stratégie d'image riche de compromis et d'hybridations vouée à relativiser la figure sécuritaire de la ville, tout en entretenant le mythe.

Conclusion

La communication, en tant que créatrice de fictions, met en place aujourd'hui des modèles de représentations de l'ensemble des territoires où s'inscrivent nos activités : la ville, le département, la région, la nation, l'Europe mais aussi le quartier et l'immeuble, lieux de la quotidienneté souvent à la dérive. Elle répond en cela au besoin des hommes de se figurer les territoires et de s'y repérer, besoin de plus en plus mis à mal par l'internationalisation et la dématérialisation des échanges mais qui se manifeste pourtant de manière sporadique par les réactions les plus extrêmes (entre autres, le réveil des identités).

La réflexion sur la communication territoriale reste pourtant à l'état d'ébauche : si nous avons choisi ici de l'aborder par le biais très concret des représentations, c'est que celles-ci non seulement actualisent une crise de la relation de l'homme aux lieux et aux territoires mais anticipent tant bien que mal de nouvelles formes d'adhésion et d'enracinement. Mais si ces images ont bien une capacité à faire apparaître un autre réel, il reste évident qu'aucune d'entre elles, aussi signifiante soit-elle, ne peut se substituer à la réalité de ces territoires.

(1) Les artistes semblent s'intéresser depuis ces deux dernières années aux territoires : le New Museum of contemporary Art de New York a présenté en 1993 une série de trois expositions axées sur la notion de frontière : «In transit», «Trade Routes» et «The Final Frontier» qui renvoyaient aux nouveaux «espaces» d'interaction sociale et aux «dissensions et accrochages territoriaux» actuels ; Chris Burden, après avoir présenté en 1993 «Another World», vient d'exposer «Pizza City» dans une galerie parisienne.