

Villes : le pouvoir des images

Les images sont principalement des représentations imaginaires ou réelles que les êtres humains créent afin de faire voir, de faire valoir et de faire vouloir voir les choses (Raynaud, 2013). Elles sont primordiales dans l'apprentissage de l'homme. Ces représentations sont souvent influencées par des facteurs de la conscience humaine tels que la subjectivité, l'imagination ou tout simplement les connaissances. En urbanisme, l'image des villes a été et demeure encore aujourd'hui difficile à cerner car elle n'est pas un objet saisissable. Plusieurs théories appliquant des techniques d'analyse ou de représentation ont été utilisées afin toujours de connaître mieux ce milieu de vie que sont les villes. Ces images peuvent être utilisées à des fins publicitaires, identitaires ou simplement descriptives. Comme le mentionne le Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement : « Actuellement, elle [l'image] désigne des connotations attribuées soit à la réputation d'un quartier ou au prestige d'une ville, soit à la notoriété d'un architecte ou à la renommée d'un équipement ou d'une manifestation culturelle. » Cependant, les auteurs Françoise Choay et Pierre Merlin posent une problématique au niveau de la signification. Lorsqu'on étudie une ville, il demeure essentiel de savoir reconnaître son image, de pouvoir être en mesure d'en déchiffrer la signification et pouvoir la représenter à son tour.

L'urbanisme

Urbanisme	projet
Ville	produit
Individu	perçoit

L'image devient ici un outil de représentation pour la vision de l'aménagiste du futur et globale de l'aménagiste du milieu



Projet Panama Pacifico Former Howard Air base de Perkins + Will



Projet Nairobi vision de Henning Larsen architects

Les médias d'aujourd'hui s'avèrent extrêmement puissants comme diffuseurs d'images et de sens, par les messages que véhiculent ces images. Les images emplissent notre environnement. Elles inondent notre quotidien sans que nous en prenions même toujours conscience. En aménagement, les images sont captées et ensuite transformées pour en produire de nouvelles. Néanmoins, la réception et l'interprétation des significations que peut divulguer une image ne sont toujours bien saisies. Souvent, les images que produisent les villes ont un objectif complètement différent de celles que les urbanistes projettent et de celles que les individus perçoivent.



The Gazette, 14 octobre 2006, Montreal

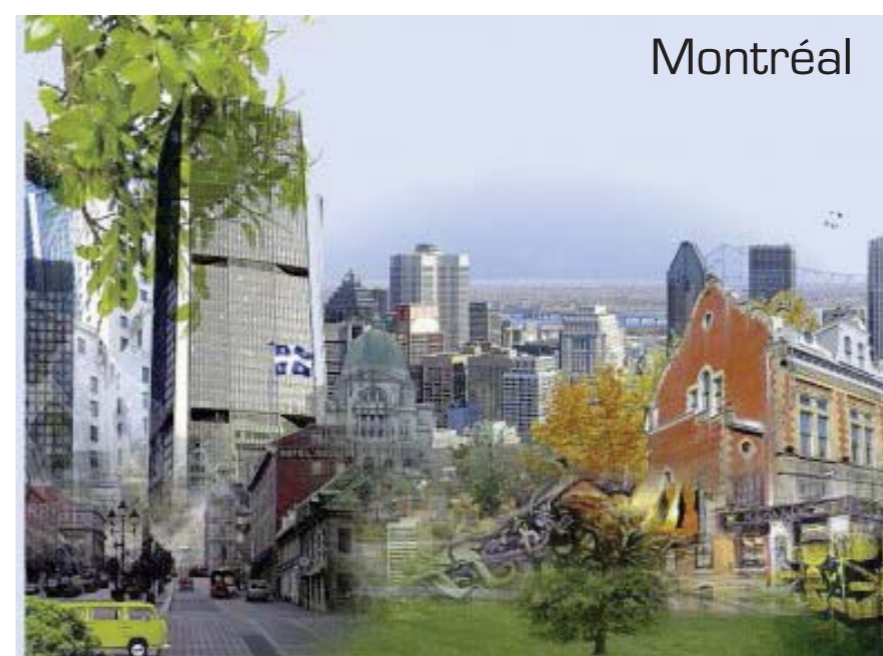


King Kong de Cooper et Schoedsack, 1933, diffuse mondiale pour la première fois l'Empire State Building

Dans l'urbanisme moderne, Kevin Lynch a apporté une première lecture de **L'image de la cité (1960)**. Son approche, s'intéressant à la perception du citoyen, a permis de cibler une image d'une ville. À l'échelle du piéton. Il développera ensuite les mêmes principes d'analyse de l'image des villes depuis l'automobile avec Donald Appleyard. Ensuite, si on regarde du côté de la science de la sémiologie (qui s'intéresse à la signification des images), Roland Barthes se penche sur la relation entre la sémiologie et l'urbanisme où il se questionne sur ce qu'est l'image de la ville et quel sens de la ville l'image nous aide à comprendre (**Sémiologie et urbanisme 1967**). Raymond Ledrut comme sociologue a grandement contribué au domaine de l'urbanisme avec son ouvrage **Les images de la ville (1973)**. Il étudie la question de l'expérience urbaine. Il démontre la corrélation entre le statut social et la perception qu'il a de la ville où il habite. Il prend en considération un autre important facteur qui caractérise l'image de la ville : le temps. Par ailleurs, le livre **Cities of the Mind (1984)** de Lloyd Rodwin et Robert M. Hollister propose cette approche reliant l'existence de la ville et son image : « Each city has over the years seen symbols attached to its very existence. These serve to give identity to the place, to its inhabitants, and to its history and present activities. »

Les médias

En 2010, dans le journal de La Presse, un graphiste avait pour contrat de réaliser des photomontages pour représenter des villes. Sur plusieurs semaines, le journal proposait une image symboliquement significative comme portrait d'une ville particulière. Les quatre illustrations qui suivent font parties de ce mandat qu'avait à réaliser un graphiste à La Presse. Le but de ce travail était de rendre la ville « attrayante », de représenter la ville avec ses attributs à travers une banque d'images dont disposait le créateur. « Le but était vraiment de montrer la ville, et que cela soit beau pour les gens » dit-il.

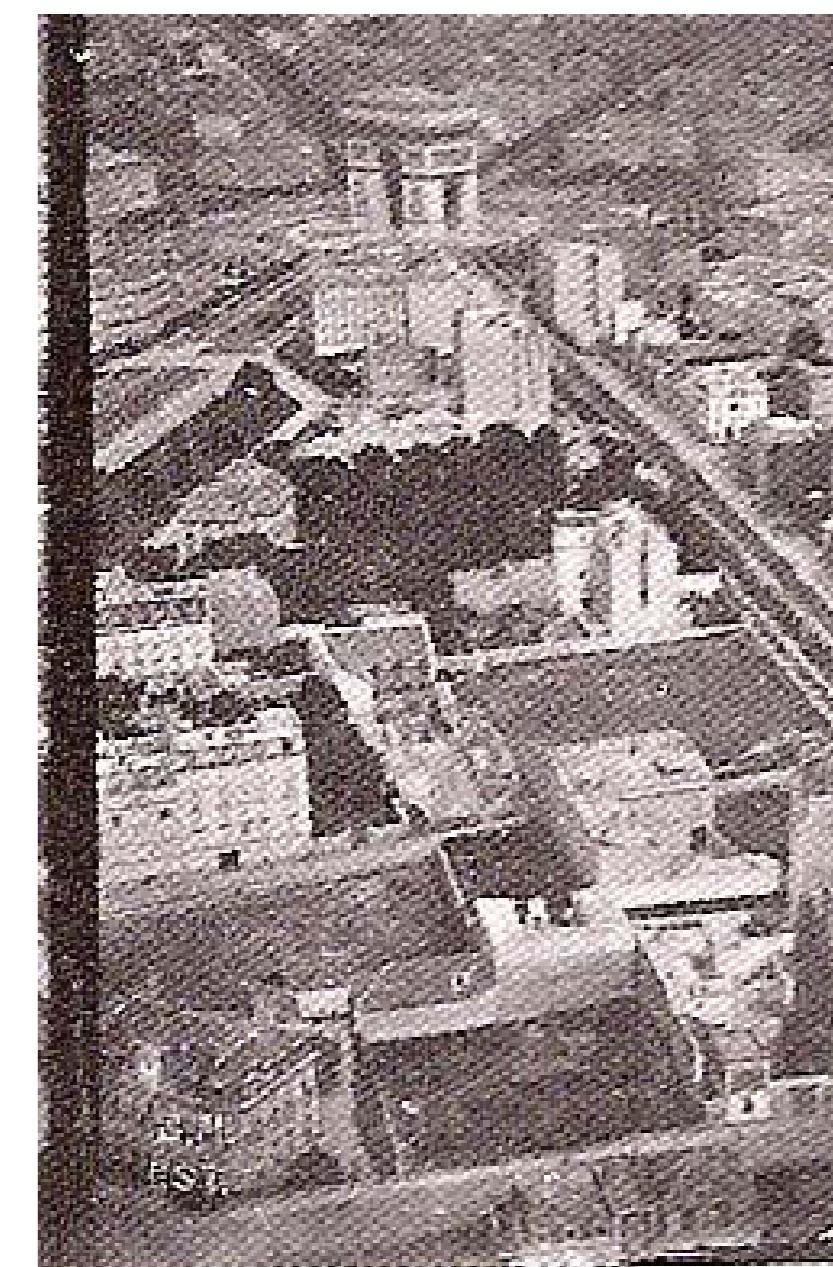


Photomontages réalisés par La Presse en 2010

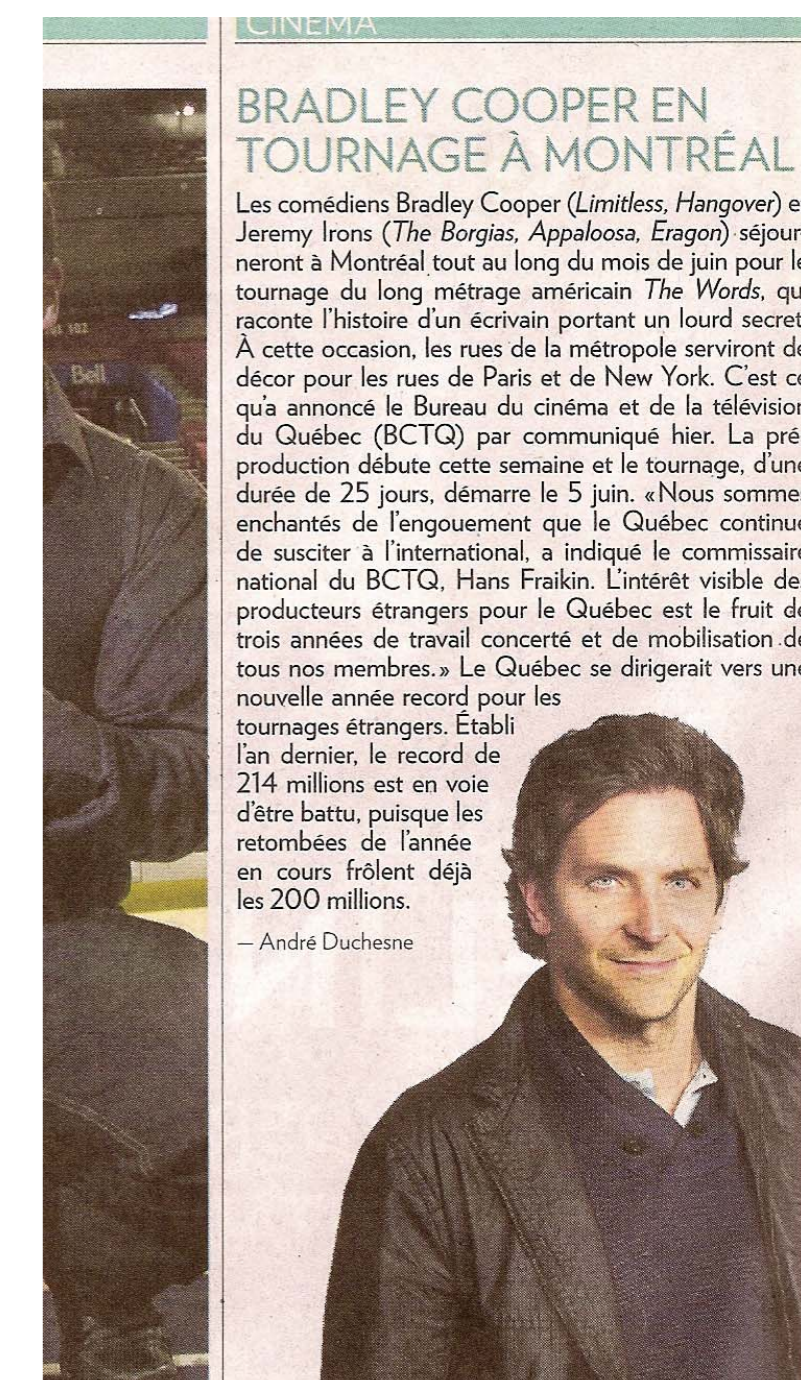
Les images d'une ville sont le moyen de montrer et de faire connaître la ville dans différents médias, la littérature, la poésie, les journaux, internet, la photographie, le cinéma, etc. C'est à travers ces différents intermédiaires qu'il devient possible de cerner le sens de ces images et les représentations que la ville veut se donner d'elle-même. Les images se réfèrent autant aux villes qu'elles représentent qu'aux perceptions particulières des auteurs des images. Les aménagistes d'aujourd'hui doivent apprendre à leur tour à utiliser les images et à « jouer » avec les différents médias existants pour passer leur message, que cela soit aux citoyens ou aux politiciens.



Montréal, 1930, Rue Saint-Jacques



La première photographie (Paris) prise depuis un ballon 1860 par Félix Nadar



Un article sur Montréal et le cinéma qui explique que les rues de Montréal serviront de décor pour un film qui se situera à NY et à Paris. On détourne les images des villes.