
Les résumées en français



Paysage et communication : la réapparition des géographies émotionnelles

Joan Nogué

Ce chapitre propose une approche du concept de paysage du point de vue de deux disciplines apparemment aux antipodes l'une de l'autre : la géographie et la communication. Contrairement à la théorie de la communication qui, bien qu'elle n'ait pas approfondi le concept de paysage comme l'ont fait les géographes, reconnaît son énorme potentiel communicatif, la géographie en est peu consciente. La théorie de la communication a exploré, relativement en profondeur, les concepts d'espace et d'environnement, mais non celui de paysage, un concept en revanche fondamental dans l'enseignement de la géographie du siècle dernier et du précédent, et un élément clé des nouvelles politiques d'aménagement du territoire de plus en plus souvent inspirées de la Convention européenne du paysage.

Jamais encore on avait tant parlé de paysage. Il y a plusieurs raisons à ce phénomène : la prise de conscience progressive constatée, depuis une vingtaine d'années, vis-à-vis de l'environnement et dont le paysage a bénéficié directement ; l'extension galopante de la ville dispersée qui, pour la première fois dans l'histoire, a été capable de transformer la physionomie de bon nombre de territoires en un laps de temps très court ; l'implantation d'infrastructures de toutes sortes sur le territoire, dont certaines antipathiques et dérangeantes aux yeux de la population qui vivait déjà dans ces enclaves ; une sensibilité esthétique accrue de la part de certains groupes et de certaines collectivités capables de créer

l'opinion dans les médias, et enfin, le rôle essentiel que le paysage joue et a toujours joué dans la formation et la consolidation des identités territoriales, à toutes les échelles.

En règle générale, nous avons la sensation de faire partie d'un paysage avec lequel nous établissons des complicités diverses et profondes. Chacun d'entre nous peut s'identifier à un paysage ou à plusieurs paysages à la fois. S'il est vrai que la tension dialectique entre le local et le global engendrée par la globalisation a une grande incidence sur les lieux, notre culture (aussi virtuelle soit-elle) reste, en grande mesure, territorialisée et le paysage y exerce un rôle social et culturel fondamental. Le paysage continue à jouer un rôle essentiel, non seulement dans le processus de création d'identités territoriales, à toutes les échelles, mais aussi dans leur maintien et leur consolidation.

Les créatifs du monde de la publicité ne se contentent pas d'utiliser le « support » paysage comme contexte physique des spots publicitaires, ils tirent parti de la capacité d'évocation communicative inhérente au paysage pour développer les arguments émotionnels grâce auxquels ils tentent d'influencer les récepteurs potentiels du message publicitaire qu'ils veulent transmettre. Les paysages apparaissent de plus en plus fréquemment dans les annonces publicitaires de biens de consommation de toutes sortes, notamment dans les spots destinés à promouvoir la vente de voitures ou des destinations touristiques. Le paysage acquiert de l'importance, de façon récurrente, dans la promotion de toutes sortes de biens, de services... et de territoires.

Nous sommes confrontés à une espèce de stratégie de « suggestion du paysage », à une tentative de projection symbolique, culturelle et identitaire du territoire par l'intermédiaire de la vue du paysage. Dans le monde de la publicité, régi par les inputs des émotions et les intangibilités, le pay-

sage est une matière première qui permet d'aborder les aspects symboliques et identitaires présents sur le territoire. Le paysage est ainsi devenu une pièce clé de la promotion publicitaire des villes et des territoires, et cela non seulement dans le cadre de stratégies de promotion touristique, mais aussi – et surtout – dans les processus de création d'identités territoriales. La mise en œuvre de processus de communication visant à positionner certains territoires dans une situation d'avantage comparatif et concurrentiel est une pratique courante au sein des agences de publicité. À un premier niveau d'analyse, cela signifie que les standards de travail propres au langage publicitaire sont transférés à la gestion concurrentielle de l'espace afin d'obtenir la meilleure image de marque possible, la plupart du temps en faisant l'éloge des attributs intangibles d'un territoire ou d'un paysage.

Le processus de *landscape branding* consiste ainsi essentiellement à faire émerger le message intangible inhérent à tout paysage grâce à différentes techniques de communication, qui ont recours à un langage persuasif et émotionnel pour atteindre leur public. Il s'agit à l'évidence d'une technique d'exploitation du pouvoir communicatif du paysage, qui transfère des valeurs d'identité, de personnalité et de distinction données vers un processus global d'édification d'une image de marque territoriale. En tenant compte du fait que sa morphologie tangible et ses valeurs intangibles s'avèrent des plus utiles dans la collecte de l'essence patrimoniale et culturelle d'un lieu, le paysage devient un excellent argument de communication et un précieux « conteneur » de tendances. Le *landscape branding* implique, en dernier ressort, une gestion communicative et intéressée de l'émotion inhérente à tout paysage. C'est un exercice de stratégie communicative des valeurs intangibles qu'il contient, une instrumentalisation de la valeur symbolique et identitaire dans le

cadre convulsé et quelque peu confus de la postmodernité. C'est là le triomphe de la persuasion, de la suggestion et du pouvoir d'attraction du territoire et du paysage.

Dans ce sens, une identité de marque territoriale, et plus précisément de type paysagère, trouve dans la gestion de l'émotion intangible inhérente au paysage, une extraordinaire scène opérationnelle de positionnement identitaire des espaces. Les marques territoriales – un phénomène récent – entrent en concurrence pour capter l'attention d'utilisateurs potentiels envers un marché publicitaire notablement saturé et dans un contexte de forte concurrence entre les régions et les villes soi-disant postmodernes et cosmopolites. Le *branding* trouve dans la gestion des géographies symboliques une extraordinaire raison d'être, une excuse parfaite pour provoquer un phénomène notoire dans certaines villes, d'Europe ou d'ailleurs : je veux parler de la gestion des territoires et de leur aménagement à partir de critères basiques de génération d'image de marque territoriale, c'est-à-dire de la planification de la ville ou du territoire en vue de l'obtention de résultats donnés liés à une image souhaitée, qui conditionnera le futur développement de ces territoires, ce qui, dans tous les cas de figures, représente un bouleversement total de la façon d'envisager et de gérer les territoires et les villes, désormais sous l'empire de l'image.

Dans ce contexte et alors que le paysage est devenu une pièce clé des nouvelles politiques d'aménagement du territoire et fait l'objet de nombreux débats dans des domaines sociaux et culturels qui misent sur l'application de la philosophie émanant de la Convention européenne du paysage, il est indispensable de lancer une ligne de recherche capable de fournir une réponse fiable à la demande émergente d'études mettant en relation la communication et le paysage. Cette ligne de recherche est fondamentale pour une autre raison, plus sociale qu'universitaire : il nous faut ap-

prendre à déterminer quand et comment nos émotions en rapport avec le paysage sont instrumentalisées. Et qui les instrumentalise et pourquoi. Nous devons nous réjouir de la réapparition des géographies émotionnelles, mais éviter à tout prix qu'elles soient manipulées et banalisées.

Architecture et paysage : géographies de proximité

Daniela Colafranceschi

Le binôme « architecture et paysage » est une preuve de plus que nous ressentons aujourd'hui, et de façon de plus en plus aiguë, la nécessité d'ajouter quelque chose au mot « paysage » pour rendre compte du caractère interdisciplinaire qu'il revêt actuellement afin de mieux nous y retrouver, comme si le mot en soi ne nous suffisait pas. Et cela se produit non seulement car il n'est plus possible de définir certains modèles conceptuels à l'aide d'un simple terme, mais aussi car le paysage démontre de plus en plus clairement qu'il possède sa spécificité dans la mesure où il se trouve « entre », où il fonctionne comme une « interface », état qui nous permet de découvrir en lui un phénomène nouveau, de le mettre au grand jour, en d'autres termes, de l'analyser.

Le grand intérêt que suscitent des sujets tels que la ville et le territoire ou l'urbanisme et l'environnement favorise l'attente d'interventions plurielles et de grande envergure. Les valeurs sociales, la pensée scientifique et l'expression artistique engendrent des tensions qui font naître de nouvelles méthodes d'approche et d'interprétation de la nature. Dans ce cas – comme dans d'autres activités créatives –, c'est son hybridation avec d'autres expériences qui nous mènera vers de nouveaux modèles possibles de paysage. Que

ce soit dans le domaine de l'art, de l'architecture, de l'anthropologie, de la géographie, de la philosophie, de l'urbanisme, jusque dans le jardin éphémère en tant qu'espace conceptuel d'expérimentation, le système « paysage » fait l'objet de recherches à différentes échelles d'action : des œuvres de *Land Art* aux jardins minimalistes.

Le paysage n'est pas seulement un modèle formel de référence pour les lignes d'expression actuelles des projets d'urbanisme et d'architecture, c'est aussi – et cela est plus important et plus facile à voir – un modèle de processus face auquel notre conscience et nos perceptions deviennent de plus en plus relatives et de plus en plus problématiques. En d'autres termes, le « paysage » est soumis à l'influence des paramètres d'un état urbain contemporain où il n'existe plus de relation stable entre architecture et nature, et qui évolue dans un équilibre incertain et critique entre ville et campagne, dans la constatation d'une dimension culturelle qui subit de profonds changements et franchit les frontières de ses propres domaines pour nouer des liens avec d'autres manifestations sociales, artistiques et intellectuelles. Il s'agit aussi de « paramètres de mesure », car ils peuvent révéler des incertitudes, des espoirs, une recherche de nouveaux équilibres pouvant faire l'objet d'études et de nouvelles relations susceptibles de se nouer. Lorsque nous parlons d'architecture et de paysage, nous ne devons pas oublier que la nature n'a bien évidemment plus pour rôle de servir de toile de fond, de décor statique ou de sujet passif, mais qu'elle aussi est un sujet actif de conception, un élément à part entière. La conception du paysage est donc à la fois celle de l'architecture et de la nature. La dichotomie entre naturel et artificiel prête aujourd'hui le flanc à un processus de symbiose absolue, dans lequel l'architecture s'éloigne de sa définition (et de sa composition) traditionnelle, la perd pour acquérir une nouvelle dimension na-

turaliste. L'architecture « interprète » le paysage, alors que le paysage « informe » l'architecture dans le cadre de la construction d'une géographie de proximité. C'est au moyen de ces deux concepts que je vais tenter d'expliquer l'une des relations qui existent entre ces deux entités.

L'architecture « interprète » le paysage en ce sens qu'elle recherche l'empathie, la participation, l'implication avec son environnement, avec le paysage urbain avec lequel elle établit un dialogue qui, actuellement, se produit à une échelle physique et conceptuelle qui n'est plus la même qu'autrefois. Il ne s'agit plus d'un dialogue entre la forme et la fonction, le contenu et le contenant, la figure et le fond de l'ouvrage, mais plutôt d'un dialogue entre l'architecture et l'idiosyncrasie des phénomènes qui lui sont externes. Ce dialogue exprime, reflète, incarne une relation entre les bâtiments et l'espace public, l'architecture et la ville, l'urbanisme et le paysage, propre à notre époque.

La seconde affirmation, « le paysage informe l'architecture », exprime la façon dont l'évolution d'un langage compositionnel architectural se livre, prend et effectue une référence directe au paysage ; la façon dont certaines approches conceptuelles cherchent et trouvent dans le paysage leur référence formelle directe.

Dans le cas de l'hybridation entre figure et fond, entre architecture et topographie, il nous est impossible de déterminer où commence l'un et où finit l'autre ; les frontières et les marges restent floues, dans une tentative évidente de les annuler et de fusionner les deux concepts.

L'échelle des bâtiments a changé, tout comme l'échelle de leurs relations avec le contexte et avec l'environnement. L'échelle des projets, et en conséquence, celle de leurs projecteurs ont elles aussi changé. La nature de la toile de fond d'un projet joue aujourd'hui le rôle principal ; le paysage est considéré non seulement comme le théâtre de notre existence – théâtre où,

comme l'a expliqué de manière très claire Eugenio Turri, nous sommes à la fois acteurs et spectateurs de nos phénomènes culturels -, mais aussi comme le sujet actif d'un projet, comme un outil d'intervention (architecturale, urbanistique, territoriale). Personnellement, je considère le paysage – et j'insiste sur ce point – comme une peau sensible, capable d'absorber le bagage idéologique dont il s'imprègne au fil du temps, capable d'enregistrer l'état culturel de notre existence, des circonstances historiques, sociales, de nos réalités urbaines, rurales, agricoles, des géographies qui nous sont proches.

Dans quels lieux, plus que dans d'autres, l'hybridation entre ces deux concepts trouve-t-elle sa place ? Bien évidemment, dans les zones limites, les banlieues, les périphéries, les zones périurbaines de la ville, les « vides ». Si en ce qui concerne les limites conceptuelles, nous avons déjà eu l'occasion de le vérifier et de l'illustrer grâce aux exemples précédents, dans le domaine des limites physiques, l'affirmation que je viens d'exprimer implique qu'un projet de paysage est aussi un projet destiné à résoudre un conflit. Cela confirme, une fois de plus, que le caractère « marginal » est celui qui offre le plus de potentiel et de possibilités lorsqu'il s'agit de développer des projets destinés à résoudre des sujets cruciaux, délicats, pour ensuite, sur cette base, atteindre de nouvelles significations.

Le paysage-frontière, le paysage à la limite, le paysage en tant qu'espace ne se trouvant pas simplement « entre », mais plutôt *in-between* ; non pas une frange grise entre une frange blanche et une frange noire, mais plutôt une étendue dotée d'une identité qui lui est propre, un espace qui résulte de la somme et de la superposition de nombreux gris où circulent de nouvelles significations, différentes. Il n'y a plus de limite prédéfinie, mais un bord instable, indéfini, qui engendre, donne naissance à un autre territoire, à un autre

milieu, un troisième milieu situé entre les deux autres, capable d'inclure, d'englober, d'amplifier – à l'intérieur des superpositions et des hybridations – ces conflits et de leur conférer un sens, une signification, un imaginaire. Une nouvelle étendue qui engendre un nouvel espace, un type de « lieu » extrêmement riche, où circulent, passent et coulent constamment d'autres significations. Ce sont à ces espaces vides où la ville se perd et s'estompe, à tous ces espaces « entre ville et paysage », que nous confions chaque jour le destin et l'avenir de nos métropoles. C'est là que tout se joue, à l'air libre, dans l'espace public, dans l'espace collectif, parce que c'est le seul capable de résoudre le conflit, la situation critique de ces territoires, la complexité de leurs problèmes.

Le paysage : une écologie esthétique

Malcolm Andrews

L'historien de l'art Kenneth Clark affirme, dans *Looking at pictures* (1960), que l'on ne peut jouir de ce que l'on pourrait appeler une « sensation esthétique pure » plus longtemps que l'on ne peut jouir de l'arôme d'une orange, c'est-à-dire moins de deux minutes. Peut-on envisager une analogie avec ce que nous ressentons face à un paysage ? Le cas échéant, que se passe-t-il lorsque cette sensation esthétique pure disparaît ? Quelles autres réponses (émotionnelles et intellectuelles) entrent en jeu après cette première rencontre esthétique ? De fait, qu'est-ce qu'une sensation esthétique pure dans le cas du paysage ? Le chapitre qui fait l'objet de ce résumé a pour objectif d'analyser le paysage comme un réseau entrelacé de discours et d'envisager le modèle d'un écosystème comme une analogie du lien entre esprit et paysage.

Pour situer quelques-uns des paramètres de cette analyse, j'aimerais commencer par deux figures importantes de l'histoire de l'art et de la littérature paysagère : le poète romantique anglais William Wordsworth et le photographe américain Ansel Adams. Alors que, dans *Tintern Abbey* (1798), Wordsworth dépeint l'évolution d'une sensibilité qui munit en termes de réceptivité au paysage, en passant d'un lien sensuel à une vision morale et spirituelle (deux points de vue qui, en apparence, s'excluent mutuellement), Adams propose une explication à sa réponse esthétique et émotionnelle complexe face à un lieu photogénique situé dans le parc national de Yosemite. Cette idée de fusion et d'opposition des différentes réponses au paysage donne prise à une analyse succincte de l'esthétique picturale de la fin du XVIII^e siècle en Grande-Bretagne et de son rôle lorsqu'on en vient à forcer la séparation entre les réponses esthétiques et morales/spirituelles et à scinder l'esthétique du paysage en un mélange de discours, parfois opposés. Selon l'écrivain contemporain Jonathan Raban, nous portons aujourd'hui le poids de cet héritage schismatique. Cela mène Raban à mépriser le culte britannique du « pittoresque antique » et le culte américain de la nature sauvage « intacte », et à en appeler à des lectures intelligentes qui compareraient le paysage à un « palimpseste » historique.

Wordsworth, Adams et Raban dépeignent ces décors en se basant sur leurs expériences du paysage, intensément personnelles et passionnées. J'aimerais moi aussi faire part de mon expérience à propos d'un paysage précis auquel je me sens tout particulièrement lié. J'ai tenté d'identifier les composantes de ma réponse face à ce paysage (par exemple l'interaction entre les liens historiques, les facteurs psychologiques et les aspects culturels) et de mettre à l'épreuve l'idée d'une sensation esthétique pure, en tenant compte de la façon dont ces composantes peuvent

s'organiser dans la réponse au paysage, de la façon dont elles interagissent et de la façon dont elles peuvent être évaluées, d'un point de vue holistique, en tant que parties intégrantes d'une espèce « d'écologie esthétique ».

Étant donné la brièveté de ce résumé, il m'est impossible de décrire en détail le paysage choisi. Je dirai simplement qu'il s'agit d'un paysage champêtre anglais vu depuis un banc du cimetière du village de Bishopsbourne.

Nous voyons habituellement le paysage comme une mosaïque rectangulaire d'un fragment du monde naturel. Le cadre des photos bloque les continuités de mouvement que je parviens à communiquer en décrivant mon paysage. Ma description n'est limitée par aucun cadre et, étant donné que les termes descriptifs vont au-delà de la constatation du premier impact, ils apportent plus d'informations : la mention des chênes chevelus et des frênes invite sans doute à approfondir l'aspect botanique, la mention des champs et de la demeure peut susciter un intérêt pour le contexte social et l'histoire de l'horticulture, et ainsi de suite dans les différentes disciplines. Et dans tout cela, quand vient le tour du paysage ? Est-il déjà révolu ? A-t-il eu lieu lors de la première rencontre « esthétique et émotionnelle », lorsque je me suis assis sur le banc et que j'ai commencé à assimiler le décor qui s'ouvrait à moi ? Comment l'ai-je appréhendé ?

Le processus d'appréhension du paysage est à la fois centripète et centrifuge. Il est centripète jusqu'à un certain point, celui où nous prenons conscience du fait qu'il n'y a pas de centre : le concept de *paysage* n'existe pas en tant qu'entité isolable. Tous ses éléments constitutifs s'éloignent en un processus centrifuge. À mon avis, il existe cependant en tant qu'élément isolable lorsque l'on ne se trouve plus face à lui. Durant le trajet en vélo qui me mène vers le banc du cimetière, ce paysage est présent dans le souvenir de mes précédentes

visites, mais sous une forme décomposée, plutôt bidimensionnelle, facile à transporter, presque comme une image. Lorsque j'arrive à destination, ce paysage plat disparaît et la tridimensionnalité du lieu réel rend cette image totalement futile. Plus tard, sur le trajet du retour, le paysage dont je me souviens se rétrécit de nouveau dans mon esprit et retrouve son format d'image. Ce n'est pourtant pas tout à fait la même image qu'à l'aller. Les « images souvenirs » de chaque visite s'accumulent et forment une collection d'instantanés ; le paysage se transforme alors en album. On a souvent recours au terme « palimpseste ». Selon Raban, qui se réfère en cela aux couches d'histoire qui forment la base d'un lieu, le paysage habité est un palimpseste. Je ne sais pas dans quelle mesure cette analogie peut être utile. Un palimpseste implique une stratification verticale, qu'il est nécessaire de creuser pour récupérer les expériences du passé. Personnellement, je préfère tester une autre analogie et envisager la relation esprit-paysage comme un écosystème dans lequel, comme l'affirme la première loi de l'écologie de Barry Commoner, tout est lié et tout interagit pour produire l'expérience du paysage.

Selon D. W. Meinig, le paysage n'est pas uniquement formé de ce que nous avons devant les yeux, mais aussi de ce que nous percevons dans notre esprit. Mon regard a beau parcourir le paysage champêtre que j'ai devant les yeux, le reste de ma personne est en dehors, assise sur un banc du cimetière. La plupart du temps, lorsque j'y suis, des vagues invisibles d'associations parallèles se chevauchent dans ma conscience et tout ce que j'ai devant les yeux devient de plus en plus difficile à considérer comme un paysage. Au lieu de dire que les associations « se chevauchent dans ma conscience », il serait sans doute plus juste de dire que ma conscience est le collecteur des associations qui fluent et circulent.

Le cimetière de la vieille église, peuplé de tombes grisâtres qui pointent au milieu d'une mer ondulante de gazon, se trouve à côté de mon banc d'observation. Cette image me rappelle toujours un vers de *l'Élégie* de Thomas Gray : « Où le gazon, en de petits monticules pourris, s'élève ». Ma perception de ce lieu est aussi influencée par les ombres fugaces de deux personnages qui vécurent et travaillèrent à quelques centaines de mètres d'ici et contribuèrent à conférer une identité locale au lieu. Le premier est le théologien élisabéthain Richard Hooker, l'un des écrivains anglais possédant la prose la plus délicate, qui fut recteur de cette paroisse entre 1595 et 1600. Le second habitant illustre, grand maître de la prose anglaise, vivait dans une grande maison aux murs blancs à l'extrémité la plus éloignée de l'église ; il s'agit du romancier Joseph Conrad.

Ces auteurs morts, dont les livres puisants vivent aujourd'hui encore, creusent le clair-obscur du paysage intériorisé de mon esprit, comme les personnes mortes et enterrées qui marquent la forme physique de ce cimetière. L'esprit est « un habitat sauvage », affirmait en 1995 le poète américain Gary Snyder. C'est certain, mais cela dépend aussi de la culture. Le paysage champêtre, les écrivains, le cimetière de l'église, l'esprit... Tous forment un paysage partiellement cultivé, où il est impossible de distinguer le lieu physique externe de celui qui déploie ses contours et ses couleurs dans mon esprit. Ils appartiennent au même champ de signification, mais le processus est interactif. Je pense donc qu'il vaut la peine de soutenir l'analogie entre la réponse au paysage et l'écosystème, avec ses associations mentales et ses stimuli interactifs, hétérogènes, mais dynamiquement interdépendants.

Le paysage est-il pure reconnaissance ? À propos de mes problèmes d'attention à Barbizon

Federico López Silvestre

De simples jardinières ont un énorme pouvoir d'attraction sur les artistes contemporains, qui les utilisent pour de nombreuses raisons, notamment pour dénoncer, de manière dissimulée, l'autisme social. Après avoir constaté leur fréquence d'utilisation, il convient de revenir au paysage. De fait, il s'avère que les jardinières ont aussi de l'importance lorsque l'on vient à parler de paysage. Leur valeur métaphorique réside dans le fait qu'utilisées comme armes de dénonciation, ces objets couramment présents sur les balcons permettent de mieux comprendre les limites de l'une des théories qui remporte le plus de succès aujourd'hui, à savoir celle qui approche le paysage en s'appuyant sur la « logique de la reconnaissance ».

En peu de mots, il y a deux points de départ fondamentaux à la théorie du paysage. Le premier affirme que « le paysage est représentation » et le second prétend que « le paysage ne représente pas, il est ». Bien qu'aucun d'entre eux ne soit satisfaisant, celui qui tombe dans la logique de la reconnaissance est le premier. Cette logique prétend que jouir de l'esthétique d'un paysage revient à « reconnaître » en lui quelque chose qui nous était déjà connu. Bien que l'éducation soit fondamentale dans notre façon de voir le monde, le problème de cette logique consiste à expliquer comment – si tout dépend de cette « reconnaissance » – le paysage a pu être « découvert » par les premiers artistes qui commencèrent à en jouir il y a de nombreuses années. Nous contentons-nous donc vrai-

ment, dans notre expérience du paysage, de reconnaître quelque chose d'artistique ?

Il y a quelques années, j'ai visité Barbizon. Berceau du « pittoresque », tout y est « pictural ». Cependant, malgré son « artistictité » évidente – tout y renvoie aux tableaux de Millet et autres –, cela ne m'a pas plu. Pourquoi ? Les schémas artistiques du passé ne sont-ils pas un exemple pour notre palais et l'arsenal de notre regard ? Pour qu'il y ait un paysage, il faut sans aucun doute un œil qui cerne le monde et extraie cette portion, que nous appelons paysage, de la tarte qu'est la nature. Mais outre le fait qu'il dépend de notre regard, le paysage nécessite ce qui nous entoure. Qu'est-ce que cela signifie ? Fondamentalement que, pour être possible, l'expérience du paysage ne doit pas seulement reposer sur la « matière première » qui confère du contenu à notre regard – les arbres, les chemins, les montagnes, les nuages, les maisons –, mais aussi et surtout que ce qui est externe doit fonctionner comme un « appel ».

En effet, pour que ce qui nous entoure soit traité comme un paysage, il doit y avoir en lui quelque chose qui réclame notre « attention ». De nombreux philosophes se sont penchés sur le problème clé qu'est « l'attention ». Par rapport à Hegel, la façon dont Kant parle de l'attention n'est peut-être pas totalement inadéquate, car il est possible que le monde soit parfois considéré d'une façon autre que « de haut en bas », c'est-à-dire du sujet vers l'objet. Dans la *Critique du jugement* (1790) de Kant, le *jugement réfléchissant* ne permet pas de différencier notre façon de juger ce qui est naturel et ce qui est humain, mais plutôt de faire la distinction entre notre manière de faire face à ce qui est dynamique et notre façon de réagir à ce qui est prévisible ou mécanique. Cela étant, que reste-t-il aujourd'hui du *jugement réfléchissant* ?

Il est évident que le monde qui nous entoure est riche en plaisirs édulcorés, en leçons apprises, en faux paysages mé-

caniques ou en plastique. Même nous, qui nous consacrons à ce sujet, nous surprenons parfois à jouir en silence d'un environnement digne d'une carte postale, maquillé par les autorités locales à l'intention des touristes. Cependant, il ne s'agit pas là de l'expérience de l'environnement qui « advient » et qui, lorsqu'il advient, « devient paysage ». Aujourd'hui, la planète entière a été comprise, soumise et compartimentée des milliers de fois. La nature telle que l'entendaient Schiller ou Humboldt n'est plus parmi nous ; elle fleurit uniquement dans des espaces marginaux et inattendus. Les campus d'entreprises, le paysagisme des terrains de golf et les lotissements sériels remplacent l'architecture revisitée, réimaginée. On peut parler ici de jardinières, de grandes jardinières sérielles, standardisées, reproduites et copiées des milliers de fois. C'est ainsi. L'expérience du paysage, qui dépend de quelque chose d'externe et de son « appel », est-elle aujourd'hui possible ? Malgré tout, je n'hésite pas à répondre « oui », car, par action ou par omission, sur la planète-jardinière, tout provient de l'être humain ; et je pense que l'être humain peut être « nature ».