

Architecture et communication : construire les valeurs, des auteurs et de leurs oeuvres au XXIe siècle.

[Margaux DARRIEUS](#)

Thèse soutenue

Type de doctorat:

Doctorat en formation initiale

Année de début de la thèse :

2013

Directeur de recherche :

[Jean-Louis Violeau](#)

Discipline:

Architecture

Axe de recherche:

[Cultures, savoirs, médiations et productions architecturales](#)

Equipe de recherche :

[ACS](#)

Ecole doctorale :

[ED Ville, transports et territoires](#)

Université :

[Université Paris Est](#)

Année de soutenance :

[2019](#)

Date de la soutenance :

Mercredi 10 Avril 2019

 [invitationsoutenance-margauxdarrieus.pdf](#)

Résumé de la thèse

Pourquoi ce projet et cet architecte sont-ils publiés dans les revues spécialisées en architecture? Si la clef du succès réside dans leurs valeurs culturelles, décortiquer la fabrique de ces images, représentations et discours dans le champ de l'architecture au XXIe siècle, permettrait de comprendre les raisons de leur consécration dans les pages des périodiques. Dans notre société postmoderne, mondialisée et dématérialisée, la concurrence est rude pour les architectes et l'injonction, toujours plus pressante: il faut séduire pour construire et avoir construit pour séduire. Conscients des enjeux de personnification qui structurent le marché de l'architecture, et du potentiel de transmission de leurs projets-médias de communication, les architectes mobilisent donc leur production pour construire leur image de marque. Et ils investissent le temps de sa conception, la médiation qui la fait advenir, pour y bâtir les représentations qui établissent leur figure d'auteur. Au fond, l'architecture n'est-elle pas que la pétrification d'un moment de communication? Établie sur l'hypothèse que ce sont les valeurs qu'ils brassent qui légitiment une œuvre et son auteur, cette recherche s'intéresse aux règles du jeu qui influencent la conception de l'espace -pour comprendre les ressorts de l'architecture en régime médiatique qui marque notre temps. Étudiant les stratégies d'accès à la commande et les modes de coconception de l'espace, elle dresse le portrait de l'architecte contemporain en artiste des affaires, à partir de l'analyse des pratiques de concepteurs distingués et des acteurs de leur valorisation: les rédacteurs des revues d'architecture et les professionnels de la communication.
