

Zeitschrift:	Matières
Herausgeber:	École polytechnique fédérale de Lausanne, Institut d'architecture et de la ville
Band:	11 (2014)
Artikel:	"Pop Architecture" : Venturi/Scott Brown, "L'enseignement de Las Vegas" et l'écartèlement de l'architecture entre "high" et "low"
Autor:	Stierli, Martino
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-984496

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 02.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



«Pop Architecture»

Venturi/Scott Brown, «L'enseignement de Las Vegas» et l'écartèlement de l'architecture entre «high» et «low»¹

Martino Stierli

Les architectes et théoriciens Robert Venturi et Denise Scott Brown sont à l'origine d'un changement de paradigme dans le discours architectural de la fin des années 1960. Un aspect central de ce recalibrage réside dans leur approche de phénomènes relevant de la culture populaire et dont *L'enseignement de Las Vegas*, publié en 1972, est devenu le manifeste. Le propos des auteurs visait à redéfinir le rapport entre culture savante et populaire pour l'architecture contemporaine. Dans cette optique, Venturi et Scott Brown se réfèrent non seulement aux théories sociologiques sur la culture de masse, mais s'intéressent en particulier aux références visuelles et aux méthodes du Pop Art américain. La présente contribution s'attache à mesurer le rôle pouvant réellement être attribué au Pop Art comme modèle de la production de Venturi et Scott Brown. Faut-il comprendre la «transition» de l'art à l'architecture comme une simple «influence»? Le cas échéant, sur quel plan s'exerce-t-elle? Comment le discours théorique sur les médias sous-jacent au Pop Art s'exprime-t-il dans le domaine architectural?

Pop Art et «Pop Architecture»

Traversant le continent nord-américain en voiture au début des années 1960, Andy Warhol avait noté une correspondance entre l'esthétique des paysages urbains et le Pop Art. Comme il l'a relevé par la suite: «*Plus nous avancions vers l'ouest, plus tout semblait Pop sur les grandes routes. [...] Une fois "devenu" Pop, vous ne pouviez plus jamais voir une pancarte de la même façon. Et une fois que vous pensiez Pop, vous ne pouviez plus jamais voir l'Amérique de la même façon.*»² Venturi et Scott Brown se sont également exprimés à diverses reprises sur le phénomène Pop, à la fois dans la culture populaire américaine au quotidien, mais également dans son appropriation par la mouvance du Pop Art. Tandis qu'ils voyaient dans la culture populaire une source iconographique potentielle pour leurs projets architecturaux et urbanistiques, ils percevaient le Pop Art comme une méthode artistique susceptible de transférer l'imagerie populaire dans un contexte de haute culture. A l'instar de la saisie et de la transformation des contenus de masse opérée par le Pop Art, les auteurs de *L'enseignement de Las Vegas* cherchent à développer une approche analogue dans le sens d'une «Pop Architecture».

King of Pop: Robert Venturi sur le site du «neon sign graveyard», locaux de la jeune Electric Sign Company, 1968. Photo: Learning from Las Vegas Research Studio.

L'article «A Justification for a Pop Architecture», paru en 1965 et illustré de photographies de la maison Vanna Venturi, témoigne de l'intérêt précoce de son auteur, Robert Venturi, pour le phénomène Pop. Assimilant le rôle de l'architecte au travail de l'artiste, l'auteur le définit comme la réinterprétation de «clichés» visuels culturellement préétablis: «L'architecte Pop [...] accepte la convention [...]. L'architecture Pop adopte la banalité, ou plutôt la banalité à peine désuète, comme éléments réels du bâti. Et l'architecte accepte son rôle d'assembleur de vieux clichés (de "banalités décadentes") dans de nouveaux contextes, comme constituant son lot au sein d'une société qui dirige ses meilleurs efforts, ses plus gros moyens financiers et ses élégantes technologies ailleurs.»³

L'architecture Pop constitue ainsi la réponse de l'architecte à un environnement qui n'accorde à l'art de bâtir qu'une portée sociale et culturelle extrêmement limitée. Dès lors que ces conditions privent l'architecture des ressources qui lui permettraient d'élaborer un nouveau «langage», le praticien se rabat sur des formes et des techniques établies. Il peut y développer un potentiel critique (toujours selon Venturi) en s'attachant à inscrire ces formes convenues dans des contextes modifiés et selon de nouveaux rapports syntaxiques pour obtenir un effet de distanciation. Sa démarche s'apparente à celle introduite par le mouvement Dada, dont la dimension critique réside également dans le choix et l'assemblage de fragments de réalité préexistants. Sous l'égide de la culture de consommation forgée par le capitalisme tardif, l'architecte se mue en un «acheteur», lequel marque justement par cet effet d'assemblage sa distance idéologique face aux conditions socioéconomiques qui gouvernent son travail¹⁴.

La référence au Pop Art se concrétise dans l'essai *On Pop Art, Permissiveness and Planning* que Denise Scott Brown publie en 1969, avec des reproductions tirées de monographies de l'artiste pop Ed Ruscha, installé à Los Angeles. Ses prises de vue illustrent les types de bâti emblématiques de la métropole contemporaine, dont les stations-service, les aires de parking et les immeubles résidentiels. Scott Brown met en exergue l'esthétique de la culture populaire en tant que point de départ du projet architectural et renvoie au rôle précurseur des artistes dans la découverte de cette imagerie comme source de leur travail : «*Dans les Beaux-Arts, une nouvelle source d'énergie porteuse d'horreurs est apparue : le populaire [...]. [...] les architectes et les urbanistes font figure [...] de bêotiens retardataires sur cette scène-là.*»⁵ Dans son article «*Learning from Pop*» paru en 1971, elle exhorte dès lors les architectes à s'inspirer de la culture populaire, en avançant des arguments sociologiques : «*Si l'élite des architectes ne produit pas ce que les gens veulent ou ce dont ils ont besoin, qui le fera, et que pouvons-nous apprendre d'eux ?*»⁶

L'imagerie populaire rattachée à la culture consumériste de l'après-guerre avait, dès les années 1950, capté l'attention des artistes, architectes et intellectuels actifs de 1952 à 1955 au sein de l'Independent Group à Londres. A la différence d'un Ed Ruscha, directement concerné par l'iconographie et l'esthétique de la culture automobile et par leurs effets sur la physionomie urbaine, les membres de ce cercle se sont principalement focalisés sur l'image de la société de consommation indirectement véhiculée par des magazines populaires (américains). Alison et Peter Smithson font part de leur intérêt pour la publicité dans leur célèbre article de 1956 «But Today We Collect Ads». Se détachant de l'avant-garde, ils diagnostiquent l'effacement d'une esthétique de la production industrielle au profit d'une autre, vouée à la consommation :

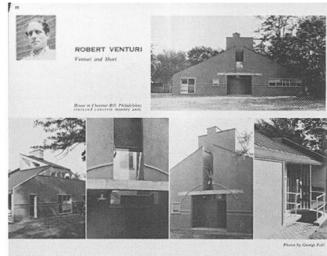
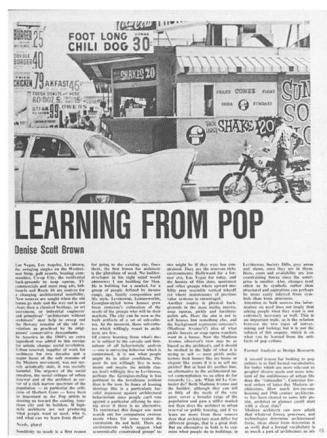


FIGURE 1 *Gold Year Tree*, 10th Laurel Canyon, North Hollywood. Photograph by Art Adams in Thirty-four Falling Lots by Edward Ruscha, 1967.





«Gropius a écrit un livre sur les silos à grains,
Le Corbusier en a consacré un aux aéroplanes,
Et Charlotte Periand [sic] apportait un nouvel objet
au bureau tous les matins;
Mais aujourd'hui nous accumulons des réclames.»⁷

Contrairement à Venturi et Scott Brown, les Smithson n'ont pas l'ambition de soumettre leur travail – à l'exception peut-être de leur maison du futur pour la *Daily Mail Ideal Home Exhibition* de 1956 – à une réflexion sur les images relevant de la culture populaire, mais défendent leur approche du «As found» (pris tel quel) comme une incitation à relever le défi de la production de masse dans le domaine bâti⁸. A posteriori, Scott Brown n'en a pas moins établi un lien entre *L'enseignement de Las Vegas* et les méthodes adoptées par les Smithson et l'Independent Group, méthodes avec lesquelles elle avait pu se familiariser lors de ses études à l'Architectural Association au début des années 1950⁹.

Eduardo Paolozzi, *Scratchbook* n° 1,
ca. 1947, collage sur double page.

Page de gauche :

Robert Venturi, «A Justification for a Pop Architecture», publié dans la revue *Arts & Architecture*, 1965.

Denise Scott Brown, «On Pop Art, Permissiveness, and Planning», publié dans la revue *AIP Journal*, 1969.

Denise Scott Brown, «Learning from Pop», publié dans la revue *Casabella*, 1969.

Plutôt que de se borner comme les Smithson à collectionner les réclames, Venturi et Scott Brown voient les boîtes bariolées du Strip de Las Vegas comme des bâtiments qui ont en quelque sorte traduit la logique publicitaire en architecture. Leur objectif consiste à tirer de cette conversion des leçons pour une architecture exigeante, socialement pertinente et raisonnée. Ils assimilent donc largement le «populaire» au commercial, ce qui leur vaudra de virulentes critiques, de la part de mouvements de gauche notamment (voir ci-après). Ils voyaient moins le Pop Art comme un style d'art que comme une méthode artistique pour le transfert de contenus tirés de la culture populaire dans un contexte de haute culture par une transformation simultanée; une démarche qui pouvait également être appliquée en architecture : «Pour un artiste, créer la nouveauté peut équivaloir à opter pour l'ancien ou l'existant. Les artistes pop ont réappris cela. Notre reconnaissance de l'architecture commerciale existant à l'échelle de l'autoroute s'inscrit dans cette tradition.»¹⁰



9 Gene Koreman, publicity still of Marilyn Monroe for film Niagara, 1953. Courtesy the Estate and Foundation of Andy Warhol.

Reste à évaluer dans quelle mesure il y a réellement congruence entre la démarche du Pop Art et celle de Venturi et Scott Brown. Robert Venturi a résumé les stratégies du Pop Art américain comme suit : «Le Pop Art américain a essentiellement adapté des éléments qui, pris isolément, étaient ordinaires pour les rendre extraordinaires en leur donnant un nouveau contexte – en les accrochant à un mur, en leur attribuant une nouvelle échelle, ils sont plus grands – et en leur donnant un nouveau medium.»¹¹

La démarche du Pop Art – et parallèlement de la Pop Architecture – réside pour Venturi dans une «aliénation» appliquée à un objet familier, relevant de la culture populaire. De fait, les catégories relevées par Venturi permettent de décrire les étapes principales de la transmutation d'un modèle populaire en œuvre d'art, à l'instar des sérigraphies d'Andy Warhol par exemple. L'artiste, respectivement l'architecte, n'est pas initialement producteur d'un objet d'art, mais il transfère et transforme un objet existant (respectivement sa reproduction imagée) par sélection et re-contextualisation dans un environnement de haute culture. Certes, la relation du Pop Art à ses sources populaires est sans nul doute plus complexe que ne le suggère le catalogue de critères inspiré de Venturi ; et celui-ci ne s'applique certainement pas à l'ensemble du Pop Art. Mais si l'on s'appuie sur la définition de Venturi, on peut reconnaître une démarche apparentée dans différents projets architecturaux et urbanistiques qu'il a élaborés à l'époque de l'étude sur Las Vegas. Dans cette optique, la maison de retraite Guild House à Philadelphie revêt un sens programmatique¹². Le bâtiment se réfère d'une part à l'iconographie du quotidien de la ville américaine – notamment évoquée par les façades en brique ou par l'enseigne au-dessus de l'entrée principale qui rappelle les devantures traditionnelles des magasins dans les cités américaines – et, d'autre part, aux conventions visuelles marquant l'habitat américain à vocation sociale. En même temps, il se détache de ces modèles par son plan élaboré ou par le dialogue éminemment architectural mené en façade et renvoyant à diverses œuvres de Palladio ou de Louis I. Kahn. La Guild House affiche donc une physionomie hybride : elle reconnaît des sources populaires, tout en s'inscrivant dans le registre de l'architecture raffinée. Un transfert analogue d'éléments

Andy Warhol, *Marilyn Diptych*, 1962, sérigraphie sur toile.

Gene Koreman, promotion de Marilyn Monroe pour le film Niagara, 1953.

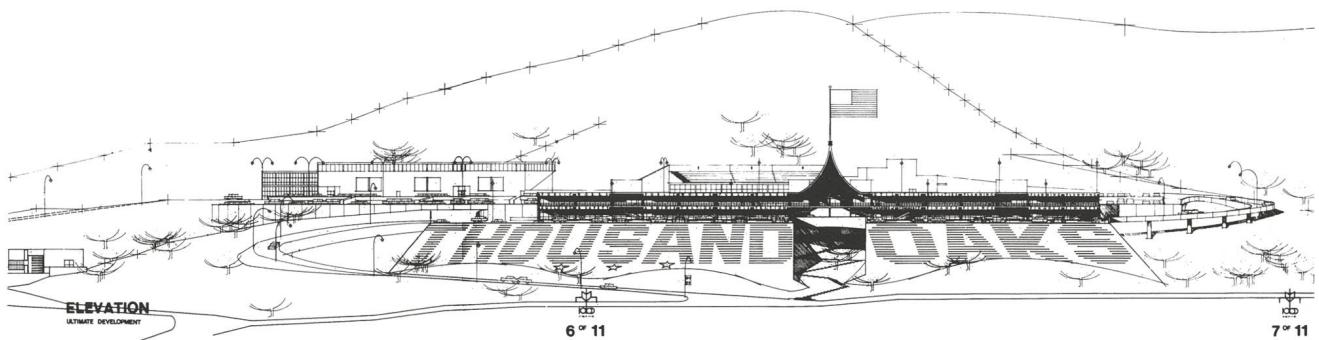


Venturi and Rauch, *Guild House*, Philadelphie, 1960-1966.

Venturi and Rauch, *projet de concours pour le centre-ville de Thousand Oaks*, 1969.

de l'imagerie populaire dans un cadre artistique est incarné par la célèbre antenne de télévision dorée, qui transpose l'aspect familier d'un objet fonctionnel en dispositif sculptural d'essence purement plastique. Le nécessaire déplacement d'échelle est, dans le cas de la Guild House, principalement réalisé au niveau des fenêtres : par rapport à la taille du bâtiment, les ouvertures apparaissent en effet surdimensionnées. Enfin, le glissement du medium s'opère au niveau de la matérialisation, avec certains éléments extraits de décors quotidiens et traités dans des matériaux associés à une architecture de prestige. L'antenne dorée en est un exemple, de même que le pan de façade en clinker émaillé blanc autour de l'entrée principale, qui fait allusion aux entrées badigeonnées de blanc dans les boutiques traditionnelles des villes américaines.

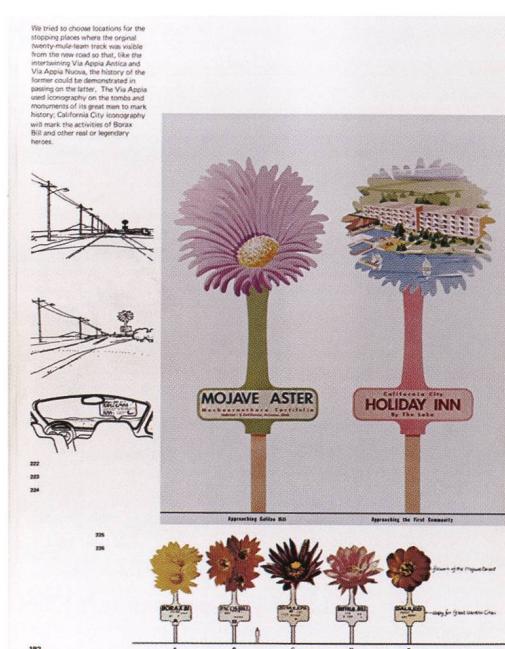
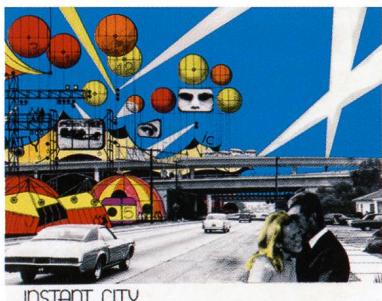
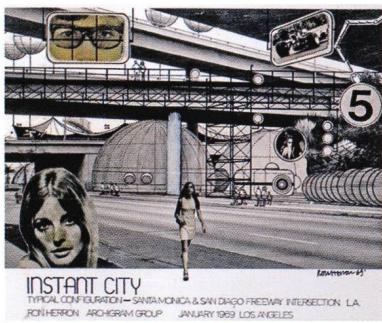
On peut observer des stratégies apparentées dans divers projets de la même époque. Ainsi, la proposition pour le centre urbain de Thousand Oaks en Californie (1969) s'inspire de symboles du quotidien, tels que drapeaux, places de stationnement ou constructions utilitaires insignifiantes en forme de boîte, mais tente précisément de créer une monumentalité à partir de ces éléments ordinaires, respectivement de leur conférer une expression publique¹³. A la place d'un panneau d'entrée de localité traditionnel,



l'agglomération est signalée par des lettres géantes à flanc de coteau, qui assurent la lisibilité depuis la voie rapide en fond de vallon. D'une manière analogue, le projet pour California City (1970) exploite la tension entre culture savante et culture populaire. Les panneaux de signalisation surdimensionnés indiquant la Twenty Mule Team Parkway (une voie de raccordement) s'inspirent des panneaux publicitaires grand format, mais s'en distancient par leur contenu : ils affichent des reproductions – massivement agrandies – de la flore locale, comme une allusion – sous forme de hiatus ironique – à ce qu'il est convenu d'appeler la beauté¹⁴.

A la même époque que Venturi et Scott Brown, le théoricien de l'architecture anglais Reyner Banham s'intéresse aux conditions et aux possibilités de la production architecturale à l'âge du Pop. Dès 1962, il prophétise ainsi l'imminence d'une architecture Pop :

«Comme certains cercles affirment que toute révolution ou rupture dans le domaine des Beaux-Arts est suivie, en vertu d'une sorte de nécessité historique, par un bouleversement équivalent en architecture, on s'attend incessamment à ce que le cordon-sanitaire entre le Pop Art et l'architecture cède à l'instar d'une ceinture verte métropolitaine, et qu'une architecture Pop émerge autour de 1966.»¹⁵

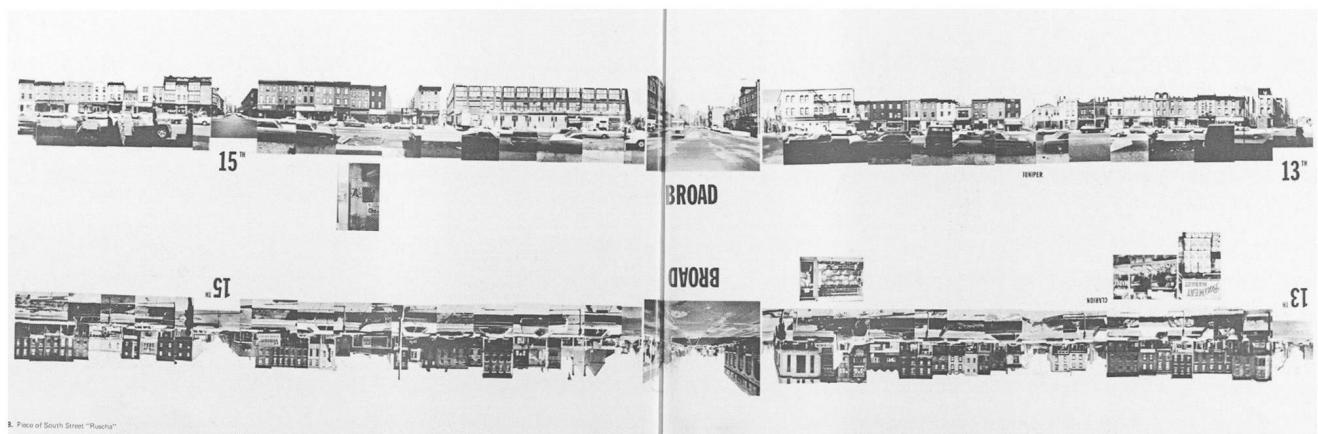


Ron Herron (Archigram), «Instant City», 1968.

Venturi and Rauch, études de projet pour California City, 1970-1972.

Lorsqu'il s'est agi de briser ledit «cordon sanitaire» entre culture architecturale savante et populaire, l'attitude de Banham (au contraire de celle de Venturi et Scott Brown) demeure toutefois réservée, voire opposée : « [...] on voit mal en quoi cela profiterait à l'architecture. »¹⁶ En même temps, il argue qu'une nette séparation des deux champs est de toute manière illusoire, vu que dans ses aspects fonctionnels, l'architecture est toujours d'emblée liée à des enjeux sociétaux, qui outrepasserait son autonomie formelle et artistique¹⁷. De fait, Banham reconnaîtra quelques années plus tard, dans l'œuvre du groupe d'architectes britanniques Archigram, une architecture Pop qu'il vantera alors comme un dépassement réussi du clivage entre culture élitaire et populaire¹⁸. Ces visions architectoniques projettent cependant une tout autre acception de l'architecture que celle de Venturi et Scott Brown. Les fantaisies technoïdes de l'architecture mobile feront même l'objet d'une polémique lancée par Scott Brown, lorsqu'elle prendra position contre les mégastuctures pour les opposer à ses propres recherches d'un statu quo urbanistique¹⁹. En réalité, les conceptions divergentes que Venturi et Scott Brown, d'un côté, et Banham (respectivement Archigram) de l'autre, ont de l'architecture Pop reposent sur des visions radicalement différentes du rapport entre architecture et culture populaire. Venturi et Scott Brown assimilent leur architecture Pop à un programme de projet, en vertu duquel la culture architecturale savante puise dans l'imagerie populaire dans le but de se renouveler. Dans leur esprit, si l'architecture demeure un domaine de la culture élitaire, elle devrait néanmoins se prêter à un échange avec la culture de masse²⁰. Tout à l'opposé, la conception que Banham se fait du rapport entre architecture et culture populaire peut être décrite comme un modèle où les deux sphères se côtoient en tant que champs culturels séparés²¹. Cette vision topologique se reflète par exemple dans l'articulation générale de l'ouvrage que Banham consacre à Los Angeles en 1971, *Los Angeles : The Architecture of Four Ecologies*. Sa mise en lumière d'aspects particuliers à la culture architecturale et urbanistique de la ville – dont les œuvres des principaux représentants de la haute culture bâtie, les spécificités topographiques de la métropole de la Californie du Sud, mais aussi les débits de restauration rapide propres à la culture populaire – n'est pas au service d'un fil narratif qui reliera ces différents éléments, qui demeurent clairement séparés les uns des autres en une juxtaposition aléatoire de blocs de texte.

Venturi and Rauch, «The Philadelphia Crosstown Community», étude de planification pour la South Street, Philadelphie, 1968.



L'architecture entre critique et affirmation

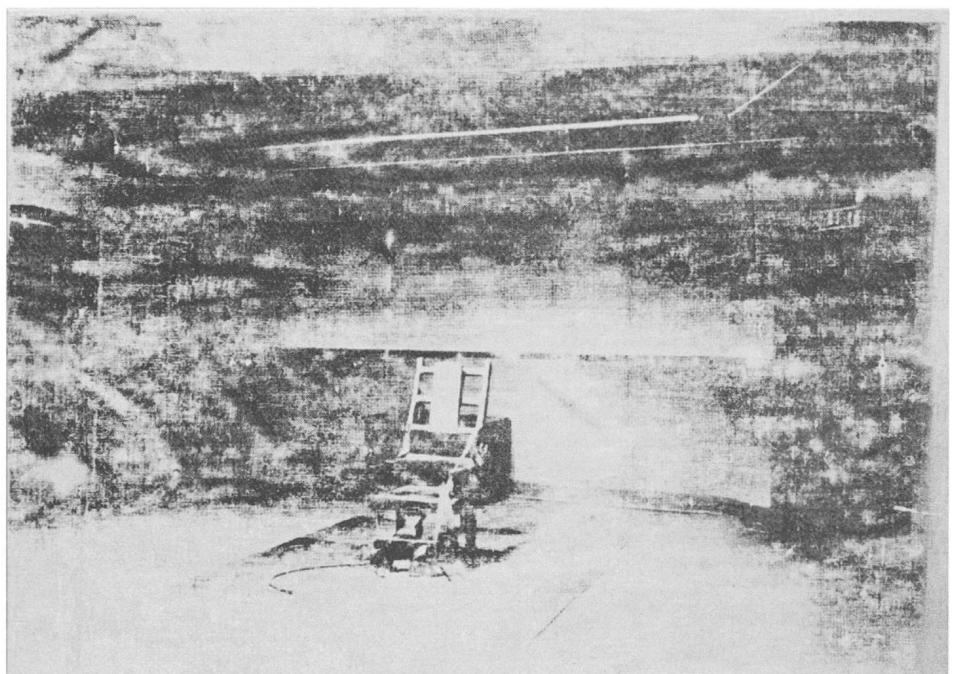
L'ambition de Venturi et Scott Brown d'interpréter le Strip de Las Vegas comme référence populaire pour une architecture s'appuyant sur les opérations du Pop Art n'a pas manqué de contradicteurs. Au cœur des controverses qui ont opposé ceux-ci à Venturi et Scott Brown, on trouve des visions diamétralement différentes de ce qu'il faut entendre par «culture populaire» et de l'attitude que l'architecte doit adopter face à cette dernière. Dans ce contexte, il faut citer une contribution fondamentale de Tomás Maldonado, parue en 1970²², dans laquelle ce dernier laisse entendre que Venturi et Scott Brown assignent à l'architecte un *rôle de récepteur passif*, plutôt que de concepteur actif de l'environnement bâti. Il dénie à Venturi et Scott Brown toute attitude critique face à la ville contemporaine américaine et à son esthétique consumériste, et leur reproche de s'adonner au «nihilisme culturel», voire de pratiquer une «gymnastique conformiste»²³. Ses thèses sont portées par la conviction que la mission première de l'architecte est de livrer un contre-projet utopique aux conditions qui prévalent. Le remplacement des fondements matériels de la société (dont l'architecture fait partie) doit entraîner une amélioration des conditions existantes, voire justifier le sursaut révolutionnaire. Alors que *L'enseignement de Las Vegas*, loin de rejeter la ville existante, en ferait au contraire le point de départ du projet propre. Venturi et Scott Brown sont ainsi soupçonnés d'être les apologistes naïfs de la trivialité visuelle imposée par le commerce et le système capitaliste²⁴. Les deux accusés ne se verront guère réhabilités par leurs descriptions de phénomènes tels que Main Street ou le lotissement d'investisseurs de Co-op City jugé «presque bien»²⁵, ni par le fait d'avoir explicitement parlé d'«agonie» à propos de la mouvance Pop, exprimant ainsi leur distance intime par rapport à celle-ci²⁶. Pas plus que l'on n'a relevé leur engagement dans la Philadelphia Crosstown Community Study, un projet mené parallèlement à l'étude sur Las Vegas pour un quartier pauvre de leur ville natale menacé par la construction d'une voie rapide, où ils ont démontré leur fibre sociale et leur posture critique en prenant fait et cause pour les habitants²⁷. Enfin, l'on n'a pas davantage entendu leur argument voulant que l'analyse de la forme matérielle du Strip de Las Vegas n'implique nullement la caution des valeurs économiques et idéologiques qui s'y incarnent.

En 1971, la polémique se cristallise dans la dispute qui oppose le théoricien de l'architecture Kenneth Frampton à Denise Scott Brown dans les pages de la revue *Casabella*. Frampton prend position contre la démarche de Venturi et Scott Brown, en contestant qu'elle puisse se comparer au Pop Art. Il admet que Las Vegas affiche la plupart des attributs accolés au genre par l'artiste pop britannique Richard Hamilton, soit «populaire (visant le grand public), éphémère (solution de court terme), jetable (facilement oublié), bon marché, produit en masse, jeune (destiné à la jeunesse), drôle, sexy, astucieux, glamour et rapportant gros»²⁸. En revanche, Las Vegas serait dépourvue d'une des caractéristiques essentielles du Pop Art: la «dureté» et la «facticité» relevées par l'artiste pop américain Robert Indiana²⁹, qui illustrait notamment son propos par une image tirée de la série des chaises électriques produite par Warhol. Or, Frampton voit tout le contraire dans Las Vegas qu'il qualifie de «ville manipulatrice du kitsch»³⁰.

Dans sa réplique, Scott Brown défend l'idée que le Strip de Las Vegas est la manifestation d'une véritable forme de culture populaire, une sorte de folklore visuel de la société de consommation³¹. Elle met aussi en doute l'affirmation selon laquelle l'esthétique de la culture marchande populaire serait le produit exclusif de l'industrie culturelle

capitaliste, qui la prescrirait à la majorité silencieuse³². Elle défend l'idée qu'une position critique est aussi tout à fait envisageable au sein même de la société consumériste et à partir de sa culture, que ce soit par le biais d'un mode de consommation «actif» ou par la «customisation» d'objets de masse, dans laquelle elle décelait un potentiel de subversion des diktats du marché. A son tour, Scott Brown reproche aux architectes modernistes une attitude paternaliste et condescendante, estimant qu'ils se laissent gouverner par leurs propres critères de goût, plutôt que de s'intéresser à ceux des «gens simples»³³. La dispute est emblématique du fossé idéologique qui sépare deux courants majeurs de la sociologie du 20^e siècle : d'un côté, la théorie de la critique diffusée par l'Ecole de Francfort ; de l'autre la sociologie urbaine américaine inspirée des thèses de l'Ecole de Chicago auxquelles Venturi et Scott Brown se réfèrent expressément en citant fréquemment le sociologue Herbert J. Gans.

L'enseignement de Las Vegas constituait une tentative d'appliquer les méthodes du Pop Art pour mettre l'imagerie populaire à disposition de la production (élitaire) de l'architecture et de l'urbanisme contemporain. Dans ce contexte, Venturi et Scott Brown agissent comme les représentants d'une élite culturelle qui se penche sur les expressions triviales de la culture de masse, dans laquelle ils décèlent un potentiel de renouvellement pour l'architecture moderne. A aucun moment oublié de leur appartenance sociale, ils s'emparent de cette esthétique triviale sans jamais se départir de leur propre ancrage héritaire dans la culture savante³⁴. On a affaire à un «malaise dans la civilisation», qui s'est traduit par un flirt avec le non-policié et le brut, avec le banal et le quotidien. Motivée par des intentions au demeurant tout à fait sérieuses, cette quête de l'ingénuité prêtée à une expression culturelle (présumée) instinctive, a toutefois été menée en référence permanente à un bagage culturel propre consciemment assumé.



Andy Warhol, Little Electric Chair, 1963, sérigraphie et acrylique sur toile.

Notes

Ce texte ainsi que l'ensemble des notes ont été traduits par Maya Haus.

¹ La présente contribution s'appuie sur la publication: Martino Stierli, *Las Vegas im Rückspiegel. Die Stadt in Theorie, Fotografie und Film*, gta Verlag, Zurich, 2010. Une traduction anglaise est parue sous le titre *Las Vegas in the Rearview Mirror: The City in Theory, Photography, and Film*, The Getty Research Institute, Los Angeles, 2013.

² Andy Warhol & Pat Hackert, *POPism: The Warhol '60s*, A Harvest HBJ Book, San Diego/New York, 1980, pp. 39ss.

³ Robert Venturi, «A Justification for a Pop Architecture», *Arts & Architecture*, n° 82, 1965, p. 22.

⁴ «Les implications ultimes des moyens, de la méthode et de la sensibilité "adhociste" en architecture suggèrent éventuellement que trouver les éléments appropriés à acheter est le critère essentiel. Dans la pleine acception stylistique de l'"adhocisme", un bon architecte serait un acheteur consommé.» La logique qui sous-tend cette attitude a été décrite par les théoriciens Charles Jencks et Nathan Silver dans *Adhocism The Case for Improvisation*, Anchor Books, Garden City, 1973, p. 171.

⁵ Denise Scott Brown, «On Pop Art, Permissiveness, and Planning», *Journal of the American Institut of Planners*, n° 35, 1969, p. 185.

⁶ Denise Scott Brown, «Learning from Pop», *Casabella*, n° 359/360, 1971, p. 15.

⁷ Alison et Peter Smithson, «But Today we Collect Ads»(1956), repris dans David Robbins (éd.), *The Independent Group: Postwar Britain and the Aesthetics of Plenty*, MIT Press, Cambridge, Londres, 1990, pp. 185ss.

⁸ *Ibidem*, p. 186.

⁹ «Les approches sociologiques, l'imagerie pop et les techniques de collage lancées par IG (Independent Group), bien qu'elles ne constituent pas nos seules références, irriguent évidemment nos recherches sur les leçons de Las Vegas et de Levittown, ainsi que l'exposition *Signs of Life: Symbols in the American City qui en a résulté*.» Denise Scott Brown, «Learning from Brutalism», in David Robbins (éd.), *The Independent Group: Postwar Britain and the Aesthetics of Plenty*, op. cit., p. 205.

¹⁰ Robert Venturi, Denise Scott Brown et Steven Izenour, *Learning from Las Vegas*, MIT Press, Cambridge, 1972, p. 1.

¹¹ Robert Venturi, interview de l'auteur, 23.8.2003.

¹² Voir aussi Robert Venturi, Denise Scott Brown et Steven Izenour, *Learning from Las Vegas*, op. cit., pp. 65-72. Voir également Stanislaus von Moos, «Rund um die Fernsehantenne des "Guild House". Anmerkungen zum Thema Architektur, Zeichensprache und Massenkultur», in Thomas Bolt et al., (éd.), *Grenzbereiche der Architektur*, Birkhäuser Bâle/Boston/Stuttgart, 1985, pp. 221-214 et, idem, *Venturi, Rauch & Scott Brown*, Office du livre, Fribourg, 1987, pp. 24-30.

¹³ «Nous avons tenté de faire de l'architecture civique à partir de bâtiments bas et modestes, d'aires de parking, de symboles que les gens apprécient et sont en mesure de comprendre, ainsi que des systèmes indicateurs qu'ils connaissent en tant qu'usagers de l'autoroute.» Robert Venturi, Denise Scott Brown et Steven Izenour, *Learning from Las Vegas*, op. cit., p. 142.

¹⁴ «Nous savions [...] que pour capter l'attention des gens, ces panneaux devaient paraître "beaux" et donc ne pas ressembler aux pancartes publicitaires, vu que les gens ne considèrent pas

les panneaux publicitaires comme beaux. Leur forme et leur contenu devaient être "non commerciaux". Nous avons retenu le thème de la flore désertique, en partie parce que les fleurs sont considérées comme belles [...], en partie pour soutenir notre propre objectif de promouvoir un jardinage adapté au désert afin d'en préserver l'éologie.» *Ibidem*, p. 181.

¹⁵ Reyner Banham, «Towards a Pop Architecture», *The Architectural Review*, n° 785, 1962, pp. 43-56, cit. p. 43.

¹⁶ *Ibidem*.

¹⁷ «Le cordon sanitaire entre l'architecture et le Pop Art [...] traduit un désir profondément enraciné, aussi vieux que les ambitions réformistes des pionniers du mouvement moderne, que la profession ne se laisse pas contaminer par des enjeux commerciaux et que l'architecture demeure une activité humaniste, de "conseil" au service des gens, et non une recherche stylistique au profit de la promotion des ventes. [...]. La question d'une ligne de démarcation entre architecture et commerce s'avère pratiquement impossible à trancher dès lors qu'on tente de placer une telle limite, et en supposant même qu'en dernière analyse on y parvienne, en excluant mettons juste les débits de hamburgers, il faudrait encore qu'un architecte ait une forte propension à l'auto-aveuglement, ou très peu de pratique, pour pouvoir affirmer que, professionnellement, il n'a jamais enfreint cette limite.» *Ibid.*, pp. 44 ss.

¹⁸ Sur la relation de Banham à Archigram voir Nigel Whiteley, *Reyner Banham: Historian of the Immediate Future*, MIT Press, Cambridge, Londres, 2002, pp. 167-178.

¹⁹ Voir Denise Scott Brown, «Little Magazines in Architecture and Urbanism», *Journal of the American Institute of Planners*, n° 34, 1968, pp. 223-233, cit. p. 230.

²⁰ «[...] apprendre de la culture populaire ne prive pas l'architecte de son statut dans la culture de l'élite. Mais cela peut infléchir la culture savante vers une écoute plus développée des besoins et des enjeux actuels.» Robert Venturi, Denise Scott Brown et Steven Izenour, *Learning from Las Vegas*, op. cit., p. 108.

²¹ Nigel Whiteley, *Reyner Banham: Historian of the Immediate Future*, op. cit.

²² Voir Tomás Maldonado, *La Speranza Progettuale*, Einaudi, Turin, 1970. Je me réfère ci-après à la traduction américaine: *Design, Nature, and Revolution: Toward a Critical Ecology*, trad. de Mario Domandi, Harper & Row, New York, 1972.

²³ *Ibidem*, p. 60.

²⁴ Voir Stanislaus von Moos, «Las Vegas oder Die Renaissance des Futurismus», *Neue Zürcher Zeitung*, 23 septembre 1973, p. 53.

²⁵ «Co-op City n'est pas bien: elle est presque bien. Mais nous devons partir d'où elle est et soutenir des changements modestes, mais significatifs: confrontés à un bâti "ordinaire" et à des budgets ordinaires, nous devons apprendre à nous réjouir de l'ordinaire.» Robert Venturi et Denise Scott Brown, «Co-op City: Learning to Like It», *Progressive Architecture*, n° 51, 1970, pp. 64-73, cit. p. 71.

²⁶ Voir Denise Scott Brown, «Reply to Frampton», *Casabella* n° 359/360, 1971, pp. 41-46, cit. p. 41.

²⁷ Robert Venturi, Denise Scott Brown et Steven Izenour, *Learning from Las Vegas*, op. cit., pp. 126-133. Dans leur description de projet, Venturi et Scott Brown expriment leur conviction qu'aspects sociologiques et points de vue esthétiques ne se prêtent pas sans autre à la distinction: «Dans les domaines de l'architecture et de l'urbanisme, il existe une

forte corrélation entre enjeu social et souci esthétique, et aucun des deux ne saurait être ignoré au profit de l'autre.» *Ibidem*, p. 131.

²⁸ La définition est tirée d'une lettre de Hamilton aux Smithson datée du 16 janvier 1957. Voir à ce propos John Russell, «Introduction», in idem et Suzi Gablik (éd.), *Pop Art Redefined*, Thames & Hudson, Londres, 1969, p. 33; Kenneth Frampton, «America 1960-1970: Notes on Urban Images and Theory», *Casabella*, op. cit., pp. 25-37, cit. p. 31.

²⁹ «Il y a une dureté et un prosaïsme du Pop qui n'en font pas exactement l'assistant privilégié du décorateur d'intérieur.» Robert Indiana, «Interview avec G. R. Swenson» (1963), in John Russell et Suzi Gablik, *Pop Art Redefined*, op. cit., pp. 79-81, cit. p. 80; Kenneth Frampton, «America 1960-1970: Notes on Urban Images and Theory», op. cit., p. 31.

³⁰ *Ibidem*, p. 33. Et ailleurs: «Que pourrions-nous dès lors apprendre de phénomènes apparemment si similaires et pourtant si différents dans leur finalité que Motopia (i.e., Las Vegas, Los Angeles, Levittown, etc.) et le Pop Art, car le Pop Art n'est certainement pas tout à fait assimilable à la culture de consommation de masse dans son actuelle logique industrielle de production et de marketing?» *Ibid.*, p. 31. Sur la différenciation entre réalisme et pop, voir aussi Stanislaus von Moos, «Zweierlei Realismus», *Werk-Archithese*, n° 64, 1977, pp. 58-62, ainsi que *idem*, in Thomas Bolt et al. (éd.), *Grenzbereiche der Architektur*, op. cit., pp. 61ss.

³¹ Cette opinion est partagée par John Brinckerhoff Jackson, spécialiste en géographie humaine, dont les écrits ont exercé une forte influence sur Venturi et Scott Brown. Dès 1956, il note dans sa contribution majeure *Other-Directed Houses*: «Notre

conscience récemment acquise des valeurs architecturales nous a quelque peu fait oublier qu'en matière d'art, il existe toujours un goût dit populaire, qui se distingue notamment du goût éduqué, et que le goût populaire suit une évolution qui lui est souvent propre. Non que la reconnaissance de cette distinction impliquerait automatiquement une acceptation de l'architecture des bords de route [...]. Mais cela nous permettrait peut-être de voir que l'architecture routière se modifie et s'améliore très rapidement tout autour de nous [...]. [...] il y a, je crois, certaines caractéristiques sous-jacentes qui suggèrent que nous n'avons pas affaire à un art déraciné et appauvri, mais à une sorte d'art folklorique en costume milieu de XX^e siècle.» John Brinckerhoff Jackson, «Other-Directed Houses», *Landscape*, n° 6, 1956/57, pp. 29-35, cit. p. 31.

³² «La majorité de la population n'aime peut-être pas ce qu'offre Levitt, encore que cela n'est pas prouvé, mais elle soutient encore moins les alternatives proposées par les architectes.» Denise Scott Brown, «Reply to Frampton», op. cit., p. 43.

³³ «Les architectes ne devraient pas se prendre pour Dieu. Conseil aux praticiens concernés par les enjeux sociétaux: réservez votre colère aux plaies sociales, pas à la "dégradation" du goût des "masses" [...] parfois, plus rarement, montez sur vos grands chevaux, mais non au motif que "leurs" valeurs seraient "perverses" par les médias de masse; les vôtres ont subi le lavage de cerveau de la culture élitiste.» *Ibidem*.

³⁴ Mark Wigley va même jusqu'à suggérer que L'enseignement de Las Vegas serait finalement une appropriation esthétisante (et éducorée) de l'iconographie populaire à l'usage de l'élite. Voir Mark Wigley, «The Decorated Gap», *Ottagono*, n° 94, 1990, pp. 36-45.