



PROCESSUS DE MONDIALISATION ET MEDIATION DES IDENTITES LOCALES .

Paul Rasse

► **To cite this version:**

Paul Rasse. PROCESSUS DE MONDIALISATION ET MEDIATION DES IDENTITES LOCALES .. Médiation des cultures, 2002. <sic_00000224>

HAL Id: sic_00000224

https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000224

Submitted on 19 Oct 2002

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

PROCESSUS DE MONDIALISATION ET MEDIATION DES IDENTITES LOCALES .

Article paru in Médiation des cultures, ouvrage publié sous la direction de Michèle Gelerau, Presses universitaire de Lille, 2000.

Une des questions cruciales de cette fin de siècle est de savoir comment évoluent les cultures dans leur diversité. Elles se sont distinguées les unes des autres pendant des millénaires d'isolement, elles ont mis des siècles à se rencontrer. Sont-elles en train de s'effacer au profit d'une culture mondiale devenue hégémonique, ou bien au contraire de se recomposer et de se renforcer ? Faut-il en conclure à l'épuisement de la multiplicité, sous le coup de boutoir de la culture des pays riches et principalement américaine. Il est de bon aloi de défendre que nous en sommes bien loin et que toutes les inquiétudes nourries à cet égard sont réactionnaires. Varnier par exemple, explique " que chaque culture, chaque groupe conserve son quant à soi et défend son identité en recontextualisant les biens importés... L'humanité aujourd'hui comme autrefois reste une machine à fabriquer de la différence, des clivages, de la destruction des clans, de parlers, de résidences, d'idéologies, de religions "1.

La situation est confuse. De toute évidence, les processus de mondialisation conduisent à l'échelle du consommateur individuel à une multiplication des biens disponibles comme des possibilités d'information, d'éducation et de loisir auxquels accèdent, tant bien que mal, sur toute la planète, une fraction croissante de la population. Car il ne faut pas oublier qu'il y a un demi-siècle à peine, le paysan, l'artisan, englué dans le local, devait bâtir son existence dans l'ignorance du reste du monde et une grande pauvreté de moyens matériels. Il est probable qu'aujourd'hui nous avons atteint un sommet. Le mouvement de brassage des civilisations a conduit à l'enrichissement considérable de la diversité des moyens matériels autant que culturels disponibles pour chacun (au moins dans les pays riches). En même temps, la plupart des cultures locales ont encore suffisamment de vivacité, de force et de cohérence pour se les réapproprier et s'enrichir elles-mêmes de cet apport ; mais cela sera-t-il encore vrai dans quelques décennies, alors que le mouvement continue de s'accélérer.

L'histoire des civilisations, et singulièrement, de notre civilisation, va du local au global. Depuis le temps où les moyens de communication étaient si fragiles, précaires et les échanges insignifiants, les sociétés dans leur diversité ont mis toute leur énergie à lutter contre la parcellisation, à se rassembler, à développer les moyens de communication et les productions susceptibles d'être échangées. Aujourd'hui, l'inverse se produit, la question n'est plus de savoir si l'on tend vers l'émergence d'une culture mondiale, mais si les cultures locales continueront d'exister autrement qu'à l'état d'ersatz folklorique. Les processus d'universalisation des cultures se poursuivent avec une telle

¹ Varnier Jean Pierre, La mondialisation de la culture, Ed la Découverte, 1999, p. 106 à 108

énergie qu'on voit mal pourquoi ils s'arrêteraient là et ne conduiraient pas à l'asphyxie inévitable des cultures locales, à moins d'un ressaisissement de l'humanité d'un immense effort collectif leurs permettre de continuer à exister. Car nous défendons que l'équilibre de nos sociétés contemporaines réside dans cette capacité des individus qui les habitent d'avoir un pied dans le locale et un pied dans le global.

Crise du développement des régions.

Il y a des siècles au moins que les notables locaux et les édiles s'efforcent d'inscrire leur région dans la modernité et de l'intégrer à l'ensemble national et international. Pour cela, ils ont misé sur le développement des infrastructures de communication et des grands réseaux internationaux. Après le temps des canaux et des chalands, vint celui du transport ferroviaire. Chaque élu voulait sa gare, que le train vienne jusque chez lui et désenclave le pays, l'ouvre enfin à la modernité. Après la seconde guerre mondiale, l'automobile devenait le symbole de la société de consommation, du rêve américain, de la liberté individuelle et du bien-être accessible à tous ; l'époque était aux autoroutes et l'on pouvait suivre la progression du réseau depuis Paris jusqu'aux confins de la nation. À la fin du siècle le chemin de fer prenait sa revanche avec le TGV, et là encore, les élus se battent pour l'attirer jusque chez eux, de même qu'ils continuent de revendiquer des infrastructures portuaires, aéroportuaires et autoroutières de plus en plus nombreuses et importantes.

Les moyens de communication devaient revitaliser les régions, mais en dehors des grands bassins industriels, toujours plus grands, ils les vidaient. Ruinés par l'essor des échanges commerciaux, fuyant la pauvreté et cette pesanteur des traditions, des valeurs, des formes de sociabilité rurales, attirés par les lumières de la ville, les perspectives de promotion, la promesse d'un avenir meilleur, d'un salaire régulier, du confort et faute d'avoir une conscience suffisante de leurs racines pour s'accrocher au pays, les gens s'en allaient. Ceux qui restaient ne trouvaient même plus à se marier, la population vieillissait, écoles et petits commerces fermaient.

À partir des années soixante, là où les sites le permettaient, le tourisme de masse est devenu le nouvel eldorado. Les congés payés, un exotisme de pacotille et des prestations de masse suffisaient alors pour remplir les plages des côtes méditerranéennes, les campings, les hôtels, les résidences pieds dans l'eau et les poches des promoteurs. À la montagne, la mode était aux stations intégrées, la banlieue transposée dans les champs de neige. Chaque commune en rêvait, et pour attirer les magnats de l'or blanc bradaient les espaces et s'endettaient au-delà du possible. Plus-tard elles

découvraient que les files de voitures qui montaient et descendaient de la station en traversant le village, le polluaient, mais ne s'y arrêtaient pas, les hommes trouvaient au mieux à se faire embaucher comme perchman, les filles comme serveuses. Quelques sites captaient tous les investissements et le reste des régions continuait de se désertifier. Le tourisme est devenu la première industrie de France, mais que d'erreurs commises dans ces années-là. Combien de centres villes et de quartiers remarquables ont été rasés, de fronts de mer bétonnés, de sites défigurés. N'était-on pas en train de tuer la poule aux œufs d'or ?

Et puis survint la crise. Les grands bassins industriels terrassés par une redistribution du travail au plan mondial, fermaient leurs portes les uns après les autres. Dans la masse des chômeurs, ceux qui le pouvaient, pour avoir conservé un petit bout d'héritage en province ou obtenu une prime de licenciement suffisante pour se réinstaller, revenaient au pays. On a peu de chiffres pour évaluer l'ampleur du mouvement, mais il est à l'origine de nombreux projets de développement local identitaire. Ce nouveau regard des néo-urbains, chômeurs en quête de reconversion, jeunes diplômés sans travail, retraités... a joué un rôle important, pour la prise de conscience des ruraux sur tout ce qui faisait leur identité.

Aujourd'hui, les aspirations des gens ont changé, les revendications identitaires ne sont plus seulement le fait de doux illuminés ou des notables déclassés, mais ont gagné des fractions de la population de plus en plus large, chez les autochtones à la recherche de leurs racines, autant que chez les visiteurs en quête d'authenticité. La situation a évolué. Les processus de mondialisation poursuivent leur marche en avant, mais auraient tendance à perdre de leur arrogance à l'égard du local dont on commence à percevoir la complémentarité. Le développement des régions, la protection du patrimoine, la défense des identités sont autant de domaines où s'exprime cette nouvelle attention au local.

Développement local et identité

Par opposition au concept d'*aménagement du territoire*, planifié depuis le haut, par l'État technocratique, dans la perspective de réalisations gigantesques, *le développement local* travaille sur de petits projets à la rentabilité aléatoire, souvent dans des zones en perte de vitesse, n'intéressant pas les investisseurs institutionnels. Il s'efforce d'associer les populations dans leurs différentes composantes (élus locaux, acteurs économiques et culturels, associations...), de recenser les potentialités, techniques, humaines, économiques, culturelles d'un territoire, de fédérer les ressources et les initiatives pour les mettre en synergie et les dynamiser. Il fait émerger une représentation forte et originale du territoire dans une perspective culturelle, (identitaire), économique, (développer des activités nouvelles), sociale (créer de l'emploi, permettre aux populations de vivre sur place), d'amélioration de la qualité de la vie, (aménagement du cadre de vie, protection de l'environnement, sociabilité, entraide et loisirs...). Les deux conceptions s'opposent, mais ne sont pas antinomiques, au contraire elles se complètent, La conception de zones

technologiques, industrielles, urbaines, d'ampleur nationale et internationale, la planification des infrastructures et des grands réseaux de communication peut avoir pour corollaire une réflexion et un travail sur l'identité de chaque région.

Contre la tendance à l'uniformisation des paysages, des lieux urbains, des modes de vie, des façons d'être et de faire, l'appel à l'identité est un ressaisissement de la collectivité menacée de se dissoudre dans une sous-culture mass médiatique, non pas pour refuser la mondialisation, mais pour y participer comme acteur s'efforçant de sauvegarder son intégrité et de maîtriser sa destinée. La collectivité exhume, retrouve, produit, crée tout ce qui peut la caractériser, non point pour l'isoler, mais pour en faire une ressource commune du groupe, une force de cohésion, un ensemble de repères pour orienter l'action et développer des processus d'adaptation au changement. Ce processus fait sens et lien pour les habitants, il les rend remarquables, intéressants à découvrir pour l'étranger.

Dans le même temps, tous les éléments matériels et immatériels censés incarner les cultures locales sont convoqués à l'appui de la nouvelle politique². Il faut non seulement les restaurer, mais encore les instaurer comme témoins symboliques censés représenter l'identité du site et partager ce projet avec les populations locales. Là encore, les élus ne s'y sont pas trompés, l'enjeu est de taille, "le retour à des valeurs identitaires" devient dans l'Europe des régions une richesse, "une valeur d'échange"³. Peu à peu, la protection de l'environnement, des paysages, la mise en valeur d'ensembles patrimoniaux, le maintien ou l'instauration de manifestations culturelles originales, la revalorisation des produits du terroir, des spécialités culinaires ou de fabrications artisanales et industrielles locales réputées, le tourisme vert, culturel, d'affaires... deviennent un des axes forts des politiques d'aménagement et de développement économique des régions⁴. Consensuelles, ces aspirations mobilisent l'ensemble des forces vives d'un territoire : élus, chefs d'entreprises, animateurs d'association, artistes, érudits, chercheurs, experts en communication, pour dégager, préserver, faire vivre ce qui fait l'originalité de leur ville, de leur profession, de leur région et la rend unique. "La diversité n'est pas la résultante des forces abstraites, elle est l'œuvre des acteurs sociaux... poursuivant dans leur action quotidienne un véritable projet de société, qui prolonge cette histoire spécifique. Ainsi, l'identité d'une région c'est à la fois le passé vécu par ses acteurs et un avenir voulu par eux"⁵. La mise en valeur du patrimoine local devient plus qu'une entreprise de sauvegarde ou de conservation, une véritable base de développement local.

Il convient cependant d'être prudent pour éviter de sombrer dans une imagerie identitaire factice, comme le montre Morel à propos de La Gacilly en Bretagne. Là, le maire du village qui est aussi le

² Bartement Daniel, Bernier-Boissard Catherine, La région, entre pratique institutionnelle et production idéologique, in la revue Sciences de la société n° 34, 1995, p. 145

³ Bartement Daniel Bernier-Boissard Catherine op. cit. p. 144, et aussi : Paul Rasse, Identité, techniques et musées en Europe, N° 15/16 Ed Anaïs / Z'édicions / Seuil, 1993.

⁴ P. Rasse, communication au IV th Global Congress on héritage interprétation, Barcelone, 1995

⁵ Scardigli Victor, l'Europe de la diversité : la dynamique des identités régionales, Ed CNRS, p. 232, 1993

patron d'une industrie de cosmétique, sans doute pour promouvoir l'image de marque de son entreprise, à composé un village idyllique, fleuri, traversé par un gentillet cours d'eau, où se sont installés des "néo" ou "pseudo" artisans. Ces derniers vendent, et plus rarement fabriquent, pour les touristes des produits que l'on retrouve un peu partout, dans les boutiques et les marchés du même genre : bougies fleuries, savons parfumés, batique sur soie, poteries anciennes, laines tissées à la main, quand ce n'est pas de l'artisanat importé des pays en voie de développement. Tant et si bien que les autochtones, les vrais se sentent exclus, parce que cette esthétique-là n'est pas la leur. Morel évoque aussi des formes d'exclusion plus radicale encore ; dès lors que les rénovations qui accompagnent le processus de patrimonialisation fait monter les prix et conduit les habitants traditionnels du lieu à émigrer en banlieue⁶.

Il reste à développer des identités originales, authentiques, qui ne soient pas seulement la déclinaison fallacieuse d'un folklore de pacotille, d'un artisanat de babioles néo-rustiques que l'on retrouve à l'identique un peu partout dans le monde, mais au contraire, qui sache s'appuyer sur l'histoire et le patrimoine, la tradition, mais aussi les capacités à se renouveler qui font la diversité de chacune des régions.

L'authenticité est affaire d'époque et de légitimité, parce que la collectivité s'accorde à reconnaître que quelque chose est vrai. Les néo-ruraux et néo-artisans des années soixante-dix essayaient de renouer avec une tradition en voie de disparition dans des régions et une époque obsédée par l'apologie de la modernité jusque dans ses aspects les plus futiles. Le mouvement venait des villes des "urbains" qui rêvaient d'un retour à la campagne alors que les ruraux ne rêvaient plus qu'à émigrer vers les grandes villes. Et pourtant déjà ce regard extérieur sur leurs cultures conduisait les autochtones à se redécouvrir leur identité. Bien sûr cela a souvent conduit à une banalisation des productions de styles rustique, fermier, paysan, que l'on trouve à l'identique un peu partout, dans l'hexagone et dans toute l'Europe. Mais parfois la greffe a pris, quand les expériences réussissaient à renouer avec les racines locales. Quand toute une communauté redécouvre, réactualise, restaure, tantôt une fête, tantôt un produit du terroir, des façons de faire, de construire d'habiter. La quête d'authenticité se déplace du néorustique, néofermier, néopaysan banalisé au vernaculaire, à des productions enracinées dans le local ; par lesquelles les populations mettent en exergue ce qui les constitue en entités sociales originales. Et cela, non dans une perspective de replis sur soi, mais d'échange et d'ouverture aux autres. Ce plaisir de l'hôte de donner à voir, à goûter à aimer ce dont il est fier et dont il sait maintenant qu'on ne le trouve pas ailleurs.

Centrer le musée sur la médiation des identités.

⁶ Morel Alain, Politiques culturelles, productions d'images et de développement local, in Saez Jean-Pierre, Identité, culture et territoire ; Ed. Desclée de Brouwer, 1995.

“ La mémoire régionale reste la source de l'identité ”⁷. Aujourd'hui il s'agit “ de mettre en scène le patrimoine, hier voué aux bulldozers... Partout affleurent les vestiges du passé ; partout, on peut lire le travail modeste et acharné, sempiternel des communautés ayant façonné ces paysages. Le local n'est-ce pas d'abord l'histoire des hommes qui ont habité ces terres, s'efforçant tantôt de se prémunir contre la sécheresse de l'été, le froid des hivers interminables, les pluies torrentielles, le lancinement des vents, tantôt d'exploiter les potentialités climatiques et physiques de chaque territoire pour en tirer le meilleur, inventant des façons de cultiver, d'élever, de fabriquer, de construire, de boire et de manger, de festoyer ou d'enterrer ses morts, de célébrer les dieux et d'exprimer la puissance des princes. Tout cela constitue un patrimoine unique à conserver et à partager, si l'avenir est devant (ce dont nous sommes bien certains) c'est en assumant l'héritage des générations passées, en le restaurant comme une richesse revisitée par le présent, que les populations locales assumeront leur devenir.

Les musées en tant que lieu d'histoire et de mémoire, mais aussi comme espace de communication et d'animation, doivent contribuer à ce rééquilibrage des identités d'origine. La mise en évidence, la communication et la défense de ce qui fait la spécificité culturelle d'un espace territorial ou professionnel doit contribuer à structurer le projet des musées de société et en constituer le dénominateur commun.

La plupart des musées de société poursuivent implicitement un projet d'identité dans la mesure où ils ont été créés pour rassembler puis conserver les traces et la mémoire de professions rurales, artisanales ou industrielles, de modes de vie caractéristiques d'un territoire. Parfois même, ils leur permettent de continuer à vivre et d'évoluer en maintenant en activité, des ateliers artisanaux, ou en restaurant des pratiques et des manifestations culturelles disparues.

Pourtant au plan de la médiation, faute d'une volonté manifeste et explicite de communiquer sur l'identité, ils n'aident pas vraiment le public à saisir l'originalité du site, si bien que le visiteur ne perçoit les objets que dans leur banalité. Il n'est pas ainsi dans toute l'Europe de musée populaire respectable qui n'ait son atelier de forgeron ou de maréchal ferrant, celui du menuisier, ses collections d'outils paysans. On peut ainsi, par exemple, voir des charrues un peu partout. Elles sont perçues par le public comme identiques puisque chacun s'attachera à y retrouver ce qu'il connaît, soc, versoir, système de guidage, sans qu'on ne lui donne à comprendre comment, ici, les hommes se sont approprié ces outils et les ont adaptés en fonction des matériaux disponibles, de la nature du sol, de la force de traction disponible etc... ; et comment, probablement en retour, l'introduction et

⁷ Scardigli Victor, *L'Europe de la diversité : la dynamique des identités régionales*, Ed CNRS, 1993,

l'adoption de cette charrue a bouleversé leurs façons de travailler, peut-être aussi l'économie locale et même parfois les paysages.

Cette indigence de la muséographie tient à plusieurs choses. La première est liée aux caractéristiques de la technique. Chaque catégorie d'objets, les fours ou les tours de potier, les soufflets de forgeron, les pressoirs de vigneron, les moulins à huile ou à farine..., fonctionnent sur des principes chimiques, physiques, mécaniques généralement identiques, que chacun peut décrypter parce qu'il les a vus ailleurs, même si la forme diffère. Autrement dit placé devant un objet, le visiteur s'efforce de l'interpréter à partir de ce qu'il sait déjà, si bien qu'en définitive, il le perçoit comme relativement semblable à ceux qu'il a déjà vus auparavant. À moins qu'un effort ne soit fait pour expliquer ce qui en fait la caractéristique technique et sociale locale : sa forme, son fonctionnement, l'histoire de son introduction dans un espace, ses conditions d'usage spécifique dans un système géo-économique local... Et tous cela n'est pas immédiatement perceptible, à moins d'un effort particulier de médiation ne soit fait.

Il faut ajouter aussi que la plupart des équipes dirigeantes (élus, concepteurs, conservateurs) ambitionnent de développer des projets exhaustifs, d'ampleur nationale ou internationale, alors que les collections portent essentiellement sur le local et que les moyens financiers disponibles, ou la taille des locaux, ne les autorisent guère à de telles prétentions⁸. Pour illustrer le problème on peut citer par exemple le cas du Musée International de la Parfumerie, alors que pour l'essentiel, les collections du musée sont liées aux industries locales de matière premières aromatiques, apparues au XVIIe siècle, le musée revendique de traiter de la parfumerie sous tous ses aspects, sur 2000 ans et dans le monde entier. Ce qu'il n'a, bien entendu pas les moyens de faire. Il en résulte une grande dispersion des collections et la communication manque de pertinence. Le visiteur étranger va à ce qu'il connaît, il voit des flacons et reconnaît le nom de quelques grands designers (Lalique) ou de grandes marques de cosmétique, il voit des alambiques identiques à ceux que l'on trouve pour la distillation d'alcool, visite un jardin aromatique où il reconnaît, les plantes et les odeurs qu'il connaît déjà, et à l'issue de la visite, il ne sait finalement pas grand chose de la parfumerie grasse de renommée internationale, qui fait pour une large part, l'identité de la ville.

S'ils veulent relever le défi de la mondialisation, les conservateurs auraient sans doute intérêt, moins à réunir des collections universelles pour les montrer aux autochtones, que de protéger un patrimoine local dans une perspective universelle d'échange avec l'étranger. Il s'agit en fait de mettre en évidence ce qui, au plan de son domaine de spécialisation, de ses collections, des bâtiments, caractérise le musée, le rend unique et lui confère un intérêt national et international. Certains musées peuvent s'enorgueillir d'avoir des " Joconde ", c'est à dire des objets exceptionnels qui à eux seuls font sa notoriété. Malheureusement, la plupart, et surtout quand il s'agit de musées de culture populaire n'ont d'intérêt que pour la cohérence de l'ensemble, les collections, le

bâtiment, le site, et à condition que la médiation réussisse à introduire le visiteur à tel ou tel aspect de l'identité locale.

Généralement les musées de société trouvent plus confortable de s'en tenir à leur mission traditionnelle, de conservation des collections. Il leur faut les stocker dans des conditions optimales, les recenser, les étudier, les exposer... et pour tout cela déjà, il manque de temps et de place. Peu importe alors si des pans entiers de la mémoire collective disparaissent sous les chenilles des bulldozers, comme cela a été le cas au Creusot Monceau les Mines où il ne reste plus rien d'un des plus fameux bassins industriels pourtant situé au pied de l'un des tout premiers écomusées. Nous défendons le contraire, que le rôle des musées est moins d'accumuler des collections que d'engager une réflexion sur l'identité d'une région à travers le patrimoine qui la constitue, de l'expliquer, de la faire sentir son intérêt, d'en débattre avec l'habitant pour le convaincre d'avoir en la matière une politique audacieuse et obtenir sa coopération, car souvent la protection et la mise en valeur des sites sensibles dépendent de propriétaires privés.

Quand on ouvre un musée c'est pour l'éternité. Et si parfois, les musées meurent aussi, la plupart du temps ils perdurent, même quand ils s'assoupissent, qu'ils n'ont plus de visiteurs ; et que le personnel se replie sur l'étude et la conservation des collections. Les musées coûtent cher aux collectivités locales et les engagent pour les siècles à venir ; alors dans un monde où tout évolue très vite, rien ne garanti que ce qui en fait leur intérêt aujourd'hui sera toujours valable dans les années à venir. Les collectivités n'ont pas toujours de collections en nombre et en qualité suffisante pour justifier ces risques, ni les moyens pour le coût de ces investissements de façon satisfaisante.

Pour remédier à ces problèmes, les Nord américains ont développé " le concept de centre d'interprétation ". Les principes ont été formalisés en 1957 par Friedman Tilden. Il s'agit de donner une signification à des choses (objets, bâtiment, paysage...) que le sens commun ne rend pas immédiatement perceptible. Pratiquement, cela prend la forme d'un espace d'exposition qui privilégie la communication avec le public étranger au sujet ou au lieu. Les collections et la conservation d'objets passe au second plan, elle ne se fait que dans la perspective d'illustrer et de soutenir un discours préalablement construit à partir d'une démarche scientifique de recherche sur un sujet, d'accumulation, d'organisation et de discussion de connaissances⁹.

Quand il s'agit de concevoir un espace d'interprétation sur l'identité d'un territoire, il est recommandé de trouver des thèmes fédérateurs, forts, susceptibles de mettre en évidence ce que Viel appelle " l'esprit d'un lieu " ¹⁰ (ce qui le rend remarquable, exceptionnel), pour l'expliquer dans

⁸ Cf Rasse Paul, Culture et techniques au musée, op. cit.

⁹ Voir notamment Jacobi Daniel, Meunier Anik, Au service du projet éducatif de l'exposition : l'interprétation, in L'interprétation variation sur le thème du patrimoine, La lettre de l'OCIM, n°61, 1999, p. 4.

¹⁰ Viel Anette, Quand souffle l'esprit des lieux, nature et culture au diapason de la pérennité, in patrimoine et culturel, patrimoine naturel, colloque de l'école nationale du patrimoine, Ed. La

un espace public accessible à tous, en adoptant une démarche de médiation active, faisant intervenir toutes les formes de communication moderne, et notamment l'exposition. Pour éviter d'en rester à une approche superficielle, la démarche suppose :

- 1/. une politique de recherche active, pluridisciplinaire, associant : géographes, ethnologues, sociologues, économistes, historiens, écologues, mais aussi les sociétés savantes, les érudits locaux, afin de rassembler et de compléter la connaissance sur le territoire, pour sélectionner les objets et opposer la connaissance aux dérives passéistes et aux simplifications de la mémoire collective ;
- 2/. une politique de développement local visant associer les populations autochtones au projet. Le centre d'interprétation est alors chargé de renvoyer le visiteur sur les lieux remarquables, en montrant et en expliquant leurs intérêts.

En Europe les centres d'interprétation se multiplient et sont investis par les élus et les populations locales comme des lieux " de représentation de leur territoire ", d'enracinement , d'attachement, mais aussi d'attention à l'étranger, le touriste et souvent aussi l'ami à qui l'ont fait visiter le pays¹¹. Mairot défend que ces formes de construction identitaires ne sont pas un placage enchanteur figé ou imposé de l'extérieur. D'une part, elles passent par un dialogue avec les habitants détenteurs du patrimoine matériel ou immatériel, par lequel les scientifiques qui produisent le discours, acceptent les critiques les passions ou l'indifférence des autochtones. D'autre part elle concerne aussi des sites en activité, et peuvent être l'occasion de nombreuses productions artistiques, plastiques, photographiques, poétiques, musicales, cinématographique, contemporaines¹².

En France, les pays " d'art et d'histoire " travaillent dans cette perspective. Une quinzaine de collectivités regroupant chacune une cinquantaine de communes se sont d'ors et déjà engagées dans un processus de labellisation, où le paysage saisi dans son ensemble devient enjeu de patrimoine. Alexandre Delarge ou Jean Pierre Gestin s'accordent à reconnaître que si la notion de paysage connaît depuis le début des années 90 un intérêt considérable, elle demeure un concept flou, malgré la multiplication des méthodes d'investigation¹³. Cependant, la plupart des auteurs qui se sont intéressés au sujet insistent sur la nécessité d'un travail associant un large panel d'acteurs (élus, habitants, scientifiques, experts, conseillers des administrations...), et l'engagement d'un processus d'accumulation des connaissances sur le secteur en croisant les formes de savoir (théorique et

documentation française, 1994. Et aussi Delarge Alexandre, Invent(ori)er le paysage au contemporain : une technique de gestion du patrimoine, Public et Musées n°10, Ed. Pul 1996, p.39.

¹¹ Scipion Sylvie Marie, Le centre d'interprétation au cœur d'un processus de valorisation, in L'interprétation variation sur le thème du patrimoine, in La lettre de l'OCIM, n°61, 1999, p. 38.

¹² Mairot Philippe, L'interprétation en Franche Comté, in L'interprétation : variation sur le thème du patrimoine, La lettre de l'OCIM, n°61, 1999, p. 30.

¹³ Gestin Jean-Pierre, Un objet de musée le paysage, le paysage est un concept ambigu, op. cit. p.93

empirique) et les disciplines scientifiques sur le sujet. La plupart distinguent généralement, de façon plus ou moins explicite, deux étapes dans l'élaboration d'une politique du paysage :

□ La première consiste à inventorier, à sélectionner et à interpréter des éléments jugés remarquables, ce que Pascal Aubry appelle “ des motifs de paysage ”, et qui peuvent faire l'objet de processus isolés de patrimonialisation et de conservation, (notamment quand il s'agit de bâtiments, ou d'éléments naturels faisant l'objet d'un classement et de formes de protection spécifique)¹⁴.

□ La seconde consiste à “ inventer le paysage ” c'est-à-dire à produire des savoirs et du discours, pour relier les éléments entre eux et leur donner un sens¹⁵.

Certaines méthodes de construction et d'interprétation du paysage reposent sur un protocole d'inventaire, de classification et d'interprétation des éléments scientifiques rigoureux, peut-être trop rigide pour être véritablement opérationnel ; d'autres se veulent plus souples, plus subjectives et s'efforcent de saisir et de donner à voir ce fameux “ esprit du lieu ”¹⁶. Dans tous les cas le processus ne va pas sans engager toute la population dans une démarche de redécouverte, d'interprétation, de protection et de valorisation du patrimoine qui contribue à son identité.

Généralement, ce lieu d'exposition permanent sert de tête de réseau et renvoie les visiteurs sur les différents sites remarquables et donne les clefs nécessaires à la découverte du territoire. Une signalétique appropriée, des plaquettes, des visites guidées assurent le relais sur les différents sites.

Conclusion : identités et hospitalité.

La défense des identités locales et leur médiation dans des espaces conçus pour l'accueil et l'information de l'étranger, sont la justification l'une de l'autre, jusqu'à devenir un des moteurs de l'économie locale et fournir en énergie les réseaux de communication. Le projet identitaire n'échappe au tribalisme sanglant, au repli suicidaire et schizophrène sur un passé mythifié, qu'à condition d'être, non seulement une ressource pour les autochtones, un critère de leur qualité de vie, mais aussi une force d'ouverture au monde. La médiation du patrimoine est une forme moderne de l'hospitalité, une façon d'accueillir l'étranger, quand, dans le respect des différences, les hôtes donnent à voir et à comprendre le meilleur d'eux-mêmes, ce dont ils sont le plus Fier, qui fait leur

- Delarge Alexandre, Invent(ori)er le paysage au contemporain, op. cit., p.33.

14 Aubry Pascal, De la place de certains document d'urbanisme dans l'invention du paysage, Public et Musées n°10, Ed. Pul 1996, p.57

15 idem p.51 et suivantes

16 Viel Anette, Quand souffle l'esprit des lieux, nature et culture au diapason de la perennité, in patrimoine et culturel, patrimoine naturel, colloque de l'école nationale du patrimoine, Ed. La documentation française, 1994. Et aussi Delarge Alexandre, op. cit. p.39

originalité, leur excellence et les rend remarquables. Les musées, les maisons de pays, les offices de tourisme, ne sont-ils pas, implicitement au moins, conçus dans cette perspective ? N'est-ce pas leur mission essentielle d'accueillir le visiteur étranger ; non point pour se jouer de son ignorance et exploiter son pouvoir d'achat, mais pour lui permettre de découvrir un site dans ce qu'il a d'exceptionnel.¹⁷ Il s'agirait, recommande Morin, d'aller vers une société universelle fondée sur le génie de la diversité et non sur le manque de génie de l'homogénéité, ce qui nous amène à un double impératif, qui porte en lui sa contradiction mais qui ne peut se féconder que dans la contradiction : 1) partout préserver, étendre, cultiver, développer l'unité ; 2) partout préserver, étendre, cultiver, développer la diversité¹⁷.

Il s'agit de faire en sorte que les identités locales puissent continuer à exister et à se renouveler à partir du milieu où elles puisent leurs racines, pour marquer les espaces et les hommes, maintenir les paysages et les identités dans leur diversité et leur unité interne, de façon à générer et le sentiment d'appartenance et le besoin d'échanger. Sans doute faudra-t-il en prendre conscience à l'échelle de la planète et intégrer ce problème au sein des grands débats écologiques qui nous préoccupent tous. Faudra-t-il parler de socio-diversité ou plus simplement intégrer la nécessaire défense de la diversité des cultures dans la problématique de défense de la biodiversité et de développement durable. Il devient urgent en tout cas de protéger non plus seulement l'environnement, les espaces et les ressources, mais aussi les cultures locales par un ensemble de dispositifs dont nous avons pointé quelques éléments, mais qui sont encore, pour l'essentiel, à inventer. Il s'agit de défendre, de construire et de médiatiser la différence dans un mouvement dont on pressent ici et là le ressurgissement. Les signes sont maintenant nombreux. Nous retiendrons cet effort récent et encore embryonnaire des collectivités pour défendre leur patrimoine, s'interroger sur leur histoire, soutenir la création enracinée dans la culture du groupe, cette quête d'authenticité du visiteur, des consommateurs et du public, leur goût pour les manifestations culturelles à caractère identitaire.

¹⁷ Morin Edgar, Kern Anne Brigitte, *Terre patrie*, Ed. du Seuil 1996.

Mais cet effort pour travailler la différence doit avoir comme contrepartie l'effort pour la médiatiser, la rendre visible et appréhensible par tous. Ce processus doit aussi avoir pour contrepartie la poursuite du mouvement de mondialisation, non pas forcément celui des échanges économiques qui dispose déjà de toutes les puissances nécessaires à sa progression, mais plutôt pour permettre à des fractions croissantes de la population d'accéder véritablement à la richesse et au progrès qu'il représente. L'histoire nous apprend que les laissés pour compte de la modernité, peuples abandonnés, paysans spoliés, travailleurs licenciés ou déclassés par le progrès technique, petits commerçants ruinés qui ont tendance à se réfugier dans une reconstruction de modèles identitaires schizophréniques, de se bricoler de la culture en ayant recours à des identités primordiales, transposées dans l'imaginaire : le territoire ancestral, la pureté du sang, la langue originelle, le passé fantasmé, les héros nationaux ... Ce mouvement inquiète et ensanglante le monde, mais il a si peu à voir avec la quête identitaire au sens où nous l'entendons. Bien au contraire, l'expérience des dernières années tendrait plutôt à montrer qu'il se développe chaque fois que la société, l'Etat renonce à assurer, au moins en projet, l'éducation, la sécurité, l'intégration, l'ouverture au monde et l'ancrage dans le local de fractions de la population exclues du progrès. Chaque fois que la société les abandonne à leur sort, elle secrète des poches propices à l'ensemencement des projets réactionnaires. Là aussi est l'enjeu des années à venir.

Paul Rasse.

Titres résumés :

Maître de conférences, Chercheur au CERAMIC (centre d'études sur la mémoire, l'identité et la communication), Université de Nice Sophia Antipolis.

Titres détaillés :

Maître de conférences, HDR, qualifié aux fonctions de professeur des universités, en Sciences de l'information et de la communication.

Codirecteur du CERAMIC (Centre d'études sur la mémoire, l'identité et la communication). Directeur du DESS : Médiation et ingénierie culturelle (mention Communication Scientifique et Muséologie),

Enseignant du Département Art, Communication, Langages.

Université de Nice Sophia Antipolis - Faculté des Lettres, Arts et Sciences Humaines
98, boulevard Édouard Herriot

06 204 Nice cedex 3

Tél. : 04 93.24.70.45 / 04 93 37 55 74 Fax / répondeur : 04 93 24 73 51 E. Mail :
rass@unice.fr