Développement durable et territoires

Économie, géographie, politique, droit, sociologie

Vol. 7, n°1 | Avril 2016

Analyse institutionnelle des paiements pour services environnementaux

Comment une ville traditionnelle turque a-t-elle réussi à attirer les citoyens en opérant une transformation historique et naturelle pour répondre aux attentes urbaines ?

Transforming a Traditional Turkish Town: Becoming Historical and ! Natural to Meet Urban Expectations

Janna Leann Rose

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/developpementdurable/11123>

DOI : 10.4000/developpementdurable.11123

ISSN : 1772-9971

Éditeur

Association DD&T

Référence électronique

Janna Leann Rose, « Comment une ville traditionnelle turque a-t-elle réussi à attirer les citoyens en opérant une transformation historique et naturelle pour répondre aux attentes urbaines ? », *Développement durable et territoires* [En ligne], Vol. 7, n°1 | Avril 2016, mis en ligne le 11 avril 2016, consulté le 30 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/developpementdurable/11123> ; DOI : 10.4000/developpementdurable.11123

Ce document a été généré automatiquement le 30 avril 2019.

Développement Durable et Territoires est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale 4.0 International.

Comment une ville traditionnelle turque a-t-elle réussi à attirer les citadins en opérant une transformation historique et naturelle pour répondre aux attentes urbaines ?

Transforming a Traditional Turkish Town: Becoming Historical and ! Natural to Meet Urban Expectations

Janna Leann Rose

À l'origine, cet article a été écrit en anglais mais il a été traduit par Céline Godemel, un grand merci à elle. Et je remercie Nathalie Louisgrand pour les changements de dernière minute. Je voudrais aussi remercier Evrim Özünel, doctorante, de l'Université de Gazi et Sema Demir, du Musée Vivant de Beypazarı pour leur aide lors des entretiens, des traductions et pour leur hospitalité. Je suis aussi reconnaissante envers Bradley C. Bennett, doctorant, de l'Université Internationale de Floride, qui m'a prodigué de bons conseils. Le financement a été assuré, en partie, par la commission Fulbright d'Ankara. Je remercie enfin de manière toute particulière les habitants de Beypazarı.

- 1 En Turquie, trois personnes sur quatre vivent en zone urbaine (Ergener, 2002), mais c'est le résultat de changements sociaux majeurs au siècle dernier qui ont conduit la population à quitter les zones rurales pour s'installer dans les villes. Dans le monde entier, et pas seulement en Turquie, les habitants migrent de plus en plus vers les centres urbains. L'OMS (2014) rapporte que plus de la moitié de la population mondiale vit aujourd'hui dans une agglomération. Étant donné que les centres urbains et les zones rurales ont des environnements et des rapports à l'espace différents, ce changement démographique est essentiel pour comprendre comment les habitants ajustent leurs

relations en dépit des différences urbaines et rurales et comment ils tentent de reconstruire une image de la nature entre ces espaces.

- 2 Pris en étau entre les centres urbains et les périphéries rurales, les paysages naturels révèlent certains aspects de la façon dont les habitants créent leurs identités personnelles et collectives multidimensionnelles. En Turquie, de nombreuses personnes sont étroitement liées à leur village ou à leur ville d'origine (Delaney, 1991). En général, la question de l'origine est associée à une famille entière et non à un seul individu. Par conséquent, la première question posée à une nouvelle connaissance en Turquie porte souvent sur « d'où » vient l'individu, mais la réponse ne sera pas nécessairement la ville ou le centre urbain où l'interrogé vit à ce moment-là. La réponse attendue ou la réponse correcte serait plutôt le village d'origine de la famille (où les gens vivaient avant que des membres de la famille ne partent pour les centres villes). Les villages, ou les terres qui en font partie, sont importants pour la construction de l'identité en Turquie.

Les identités culturelles

Dans la littérature, de nombreux types d'identités sont représentés, identité façonnée différemment sur des critères distincts (l'âge, le genre, les liens de parenté, les études etc.). De nos jours, l'identité culturelle est souvent définie par le pays dont nous sommes citoyens et les types de cuisine, les vêtements, et autres reproductions matérielles, rituels sociaux, et relations qui sont courantes dans ce pays. Pour les fins de notre étude, les identités culturelles sont des constructions trop générales pour définir ce qui se joue entre les villageois et les citadins en Turquie. Lorsqu'ils sont interrogés, les Turcs ruraux et urbains disent partager, en grande partie, la même identité culturelle. Néanmoins, les identités ethniques, ou les caractéristiques qui définissent l'appartenance à un groupe ethnique (Barth, 1969 ; Eriksen, 1993), ne sont pas non plus aisément exploitables pour notre analyse. La plupart des Turcs dans la région de notre étude ne se considèrent pas comme différents sur le plan ethnique. Les constructions qui reposent sur les liens politiques et patriotiques des identités nationales sont importantes en Turquie, mais là encore, pour le cas qui nous concerne, elles n'atteignent pas le cœur du problème. Alors que les identités culturelles, nationales et de sous-groupes (ou de villages) se fondent et coexistent peut-être dans la société turque, les conflits entre les identités de groupes semblent trouver leur origine dans la juxtaposition de milieux ruraux et urbains opposés, autrement dit, dans l'idée que les modes de vie traditionnels s'opposent aux modes de vie modernes. La manière dont les groupes identifient et résolvent ces tensions est cruciale pour comprendre le paysage changeant des zones urbaines et rurales et les habitants qui y vivent et passent de l'une à l'autre.

- 3 Telles qu'elles apparaissent dans la littérature, les identités sont étroitement liées aux « fils » politiques, économiques et sociaux qui s'entremêlent pour tisser l'identité sociale d'un individu ou d'un groupe. Alors que ces fils sont difficiles à démêler, puisqu'ils prennent tous part à la construction de l'identité, le processus de création inverse présente lui aussi un intérêt ; en effet, les multiples identités s'entrelacent et prennent part à la création de ce même « tissu » social. Il existe une dialectique entre les fils ténus qui créent les identités et les identités, qui façonnent les vies des individus, tout en étant à leur tour remodelées par ces dernières. Par exemple, alors que les campagnes nationales militent souvent en faveur de l'homogénéisation des identités culturelles des citoyens, dans le but de tendre vers un caractère monolithique, immuable (Spivak, 1987), suivant ainsi l'idée simpliste qu'un pays ne peut servir tous les citoyens de manière égale que s'ils sont homogènes, les citoyens, eux, repoussent cette idée en renvoyant leurs

propres attentes et décisions concernant ce qui est important pour eux (Wolf, 1982 ; Scott, 1985). Dans certaines régions du monde, les diverses populations d'un pays sont regardées avec suspicion, étant attendu que chaque groupe désire ce qu'il y a de mieux pour lui-même au détriment des autres.

- 4 Dans bien des pays au passé colonial, les conflits entre les minorités ethniques et les majorités populaires ont conduit à de grandes tensions identitaires, tant ethniques que nationales. En Afrique du Sud, Gordon (2004) a étudié la dialectique entre les identités ethniques et nationales des citoyens et a mis en évidence qu'un quart de la population se définit avant tout comme « sud-africain » et que les trois autres quarts de la population, eux, s'identifient d'abord à un groupe ethnique ou linguistique. Les citoyens considèrent leur identité ethnique ou sous-nationale, à différents niveaux, comme étant plus importante dans leur vie quotidienne que leur identité nationale. Toujours en Afrique du Sud, Comaroff et Comaroff (2009) ont montré que l'appartenance ethnique était de plus en plus mise en avant pour son aspect pratique, étant donné que les villageois tentaient de promouvoir leur mode de vie pour le tourisme. En reprenant le concept de l'initiative individuelle dans un contexte néolibéral (Michel Foucault, 1979), les villageois ont transformé leur identité ethnique (leur savoir, leurs coutumes, leur culture matérielle) en ressources pouvant générer des revenus.
- 5 Les villageois de Beypazarı, le village étudié ici, ont également été tentés de générer des revenus à partir de leur identité, bien que cela soit plus folklorique qu'ethnique. Les villageois ont manipulé le désir des citadins pour les espaces naturels et les lieux traditionnels. Il s'agit d'un folklore qui est partagé entre les zones urbaines et rurales turques, quelque chose que les villageois ont et dont les citadins manqueraient.
- 6 Le cas décrit ci-dessous a un aspect unique pour la Turquie, qui montre une autre façon de penser le tourisme que celle proposée habituellement par la littérature standard. Cazes et Courade (2004) ont écrit sur le déséquilibre entre le riche « Nord » et le pauvre « Sud », le premier se faisant de l'argent sur le second en développant trop vite et de façon non durable ses belles régions. Même si le tourisme dans ce village turc pourrait enrichir d'avantage certains membres que d'autres, il demeure maîtrisé localement. Bien sûr les politiques sont impliqués, mais ils sont insignifiants par rapport aux divisions entre le Nord et le Sud, comme l'expliquent Cazes et Courade (2004) ou Knafou (1998). Néanmoins, les villageois apprennent à connaître les touristes, ce qui est une étape importante dans l'étude des impacts socio-culturels du tourisme (Urbain, 2002) et du choix de l'espace naturel à investir pour les citadins. Ils utilisent le tourisme comme un moteur de développement, pour donner un nouveau souffle à leur village.

Les identités rurales et urbaines turques

Bien que l'on puisse établir des parallèles entre les groupes ethniques en Afrique du Sud et les villageois en Turquie, des différences majeures existent. D'abord, les villageois turcs ne répondent pas au critère du passé colonial de la même façon que les villageois d'Afrique du Sud. Ensuite, l'idée de l'appartenance ethnique, ou l'idée de race n'a pas la même pertinence pour les villageois turcs que pour les sud-africains. Les distinctions de groupes dans le contexte turc s'expriment plutôt en termes de différences entre les milieux urbains ou ruraux, modernes ou traditionnels. Il est difficile de résumer les efforts considérables qui ont été faits en faveur de la modernité dans l'histoire turque, mais on peut s'attacher à observer l'idée politique du *yeni adam* (nouvel Homme) telle qu'elle s'est inscrite dans l'imagination populaire dans les années 1920, a représenté l'Homme moderne idéal, qui symbolise le futur de la Turquie (Dole, 2004). Le *yeni adam*

prenait soin de sa santé et de son hygiène de vie, faisait l'apologie de la science et la pensée rationnelle, et était fier de se définir comme un turc au-dessus des clivages de groupes ethniques. Il était à l'opposé de l'image de l'Homme traditionnel, qui lui, se présentait comme « non-scientifique », arriéré, irrationnel et croyant (Dole, 2004, p. 258). Incarné dans les dessins et la propagande destinés à l'édification de la nation, l'Homme moderne s'élevait contre l'Homme traditionnel. Bien que ce concept ait changé au cours des précédentes décennies, il subsiste encore des tensions entre l'ancien et le nouveau en Turquie aujourd'hui. On observe des tensions dans la façon dont les villageois et les citadins construisent leur identité en s'opposant les uns aux autres, tout en restant voisins et concitoyens. Comme Stuart Hall l'a écrit (1994, p. 394),

- 7 *“Cultural identity...is a matter of ‘becoming’ as well as ‘being’... Far from being eternally fixed in some essentialised past, they [identities] are subject to the continuous ‘play’ of history, culture and power...identities are the names we give to the different ways we are positioned by, and position ourselves within, the narratives of the past.”*¹
- 8 Même si les villageois turcs sont sensés « être » seulement ruraux et les citadins sont sensés « être » urbains, ils interagissent et jouent avec leurs identités pour devenir « quelque chose » de semblable à des voisins et des compatriotes. Puisque les Turcs urbains, en généralisant, accordent beaucoup d'importance à l'éducation et à l'érudition, les villageois turcs ont intégré ces valeurs dans leur approche du tourisme, dissipant ainsi les craintes au sujet de leur sous-développement culturel. Dans le même temps, les touristes urbains semblent regretter certaines facettes de leur identité culturelle et/ou de leur identité turque, puisqu'ils apprécient le cadre rural de ce village, situé dans un passé historique reconstitué. Le village offre aux citadins un espace et un lieu qui répond à leur besoin d'être en relation avec le passé et avec la nature, espaces et lieux qui ne sont pas faciles à trouver dans un cadre urbain ; et pour les villageois, le village permet d'être relié aux marchés économiques alors qu'on y vit encore de manière traditionnelle.
- 9 Dans ce cas, il se produit une « auto-folklorisation », conduite par les villageois, pour promouvoir leurs propres intérêts. Les villageois voulaient des possibilités d'emploi pour les habitants, les gens voulaient que les jeunes restent dans le village et ne partent pas en ville, à Ankara, pour chercher du travail. Au lieu d'envoyer leur jeunesse en ville, les villageois voulaient que les citadins viennent à eux. Le risque de dérive n'est pas nul, puisque des dangers existent dans la folklorisation et le nationalisme (Ortiz, 1999), mais cela n'empêche pas l'expérimentation par les villageois, inscrits dans une vision « moderne » de la tradition. En effet, les dangers se sont situés historiquement lors de la construction de la nation des années 1920, et de nombreux Turcs sont, depuis, passés à autre chose, et sont passés d'un modernisme idéalisé de la ville à un désir de renouer avec le patrimoine naturel et culturel.
- 10 En outre, alors que la plupart des ouvrages sur le tourisme se concentrent sur la dynamique du pouvoir (les riches et les pauvres, le Nord et le Sud, etc.), ce cas implique les Turcs, et les Turcs seulement. Leurs différences résident dans l'urbain contre le rural, et certaines dynamiques de pouvoir existent entre ces catégories. Cependant, les villages comme lieux d'origine sont importants pour tous les Turcs, qu'ils soient urbains ou ruraux (Delaney, 1991). Alors que les Turcs urbains sont décrits dans les médias populaires comme plus instruits ou plus ouverts d'esprit, il existe aussi un fort enthousiasme pour la vie rurale, pour la communion avec la nature, pour un cadre paisible à l'ombre des arbres le long d'un ruisseau. Les gens à Ankara désirent ces interactions avec les espaces naturels, et ils ne peuvent pas les trouver en ville. C'est pour cela qu'ils recherchent les paysages ruraux

quand ils en ont l'occasion, pour les jours où ils ne travaillent pas, pour les rêveries et le bonheur. Peut-être que ce village idéalisé deviendra un jour cliché et implosera sur lui-même (Tilroe, 2006), mais pour l'instant le village se construit une identité à travers des moyens collectifs de pensée, se forme une mémoire commune, et « devient » quelque chose de nouveau et d'adaptable (Hall, 1994).

- 11 Dans cet exemple, je m'intéresse à la façon dont les villageois ruraux et les touristes urbains créent du sens, composent avec les identités, et construisent de l'authenticité pour un village rural. À travers ces processus, les deux groupes inventent et adaptent ce qui est important pour eux. Les villageois apprennent comment établir un consensus autour de l'espace de leur village de manière à ce qu'il paraisse suffisamment moderne pour plaire aux touristes urbains mais pour qu'il demeure suffisamment traditionnel pour satisfaire tout le monde. Plus loin, je parlerai de l'importance du vieux centre-ville du village, espace construit, légitimé, rural, historique et naturel, où les touristes et les villageois se mélangent et co-construisent des identités nationales, culturelles, fondées sur l'opposition entre l'ancien et le nouveau.
- 12 À travers le travail ethnographique de terrain et une analyse des publicités sur le village (basée sur les textes), cet article examine les critères retenus par les Turcs urbains et ruraux pour créer un village fidèle à son histoire, le processus choisi pour amener ce changement dans le village et les identités interactives des turcs ruraux et urbains. En général, l'identité culturelle historique comprend à la fois les styles de vie et les habitudes des villageois, l'architecture de leurs maisons, leur cuisine et leur artisanat local, et les belles collines et vallées qui entourent le village. Ces éléments semblent faire défaut dans les centres urbains. La consommation est devenue, pour les citadins, un moyen de participer à leur histoire, quoique les nouvelles règles qui régissent l'interaction soient davantage fondées sur les relations économiques que sur les normes et les attentes sociales. Néanmoins, l'espace du village permet d'instaurer un dialogue entre les habitants urbains et ruraux et s'avère être un moyen pour ces deux groupes de reconnaître leur histoire, le paysage naturel et les traditions du passé turc.

1. Les méthodes

- 13 Les recherches pour ce projet ont coïncidé avec une étude ethnobotanique qui a été menée en 2008-2009 en Anatolie centrale. L'étude était financée, en partie, par une bourse Fulbright du département d'État des États-Unis et de la Commission Turquie Fulbright. Pendant que je menais des entretiens dans le village de Beypazarı (cf. carte en illustration 1), quelques femmes de ce village ont enlevé leur voile et ont plaisanté à ce propos en prétendant qu'elles portaient les vêtements traditionnels dans le seul but d'aider la ville à attirer les touristes. Cela a piqué ma curiosité, étant donné que je n'avais jamais entendu d'autres femmes dire cela. La suite des recherches a consisté à répéter les visites au village, à multiplier les entretiens et à poursuivre l'observation. Après avoir cherché les encarts publicitaires de 1999 à aujourd'hui dans les journaux locaux, une analyse des contenus de ces publicités pour les attractions touristiques a permis de mettre en évidence les caractéristiques du village qui étaient le plus souvent représentées comme traditionnelles et naturelles.
- 14 L'analyse s'est centrée sur les deux aspects suivants : la tradition et l'espace. Les processus de construction des traditions et d'usage des traditions ont fait l'objet d'une observation particulière, tout comme les démarcations et les transformations de l'espace.

Les questions sous-tendues étaient : pour qui le concept de « tradition opposée à la modernité » change-t-il et par le biais de quels acteurs cela s'opère-t-il ? Quels objectifs et quelles volontés sous-tendent les changements de construction de la tradition ? Qu'est-ce que la tradition, comment et de quoi est-elle constituée ? Comment les groupes modifient-ils leur discours et leur représentation des traditions de manière à ce qu'elles satisfassent tout le monde et de façon à ce qu'elles acquièrent une spécificité culturelle ? Comment cet espace co-créé au sein d'un village favorise-t-il ou entrave-t-il le « jeu » des différentes identités entre ou au sein même des groupes urbains et ruraux turcs ?

1.1. Le village et les touristes

- 15 Beypazarı est situé dans la région du Nord-Est de la Turquie, à 100 km à l'ouest de la capitale, Ankara, à proximité d'une route principale. La province de Beypazarı, s'étend sur 1814 km² et compte environ 47 000 habitants répartis dans plus de 60 villages et villes, mais la majorité des habitants (37 000 personnes) vit dans la ville principale, aussi appelée Beypazarı (Institut Statistique Turc, 2012). L'économie de la région repose sur l'agriculture, mais des exploitations minières de sel pour la chaux, destinée à la verrerie, ont aussi des conséquences positives sur l'économie locale. La région est aussi connue pour ses carottes, avec, en particulier, ses festivals et ses produits alimentaires qui mettent à l'honneur les nombreuses variétés de carottes nouvelles de la région.

Figure 1. Carte de la Turquie avec la capitale Ankara et le village de Beypazarı

- 16 Dans un lointain passé, Beypazarı, (*bey* = seigneur, *pazarı* = son marché), était un poste pour la cavalerie ottomane. Avant cela, il y avait un arrêt sur la lucrative route du commerce d'Istanbul à Bagdad. Le caravansérail Suluhan, qui hébergeait les voyageurs, est encore visible au sommet de la rue principale et dans la partie de la ville la plus ancienne, datant du 17^{ème} siècle. La mosquée du sultan Alaedin est avoisinante mais elle date du 13^{ème} siècle. À l'extérieur de la mosquée, se dresse un vieil arbre, dont l'âge est difficile à déterminer mais dont la silhouette est assez impressionnante. Il est protégé par une palissade, puisque ces arbres abritent souvent les personnalités religieuses

importantes et les hommes du village lorsqu'ils débattent de la politique et de la religion en dehors de la mosquée. Un vieil arbre, de grande taille, est souvent bien perçu, puisque traditionnel.

- 17 En contrebas de la mosquée, on descend sur la vieille rue principale, la rue Alaaddin. C'est le long de cette rue que plusieurs changements ont été opérés dans les quinze dernières années pour rendre le village traditionnel plus « authentique ». Une par une, les maisons (*konaklar*) ont été restaurées et peintes de façon traditionnelle, avec les toits en blanc et les poutres en marron foncé. Les étages supérieurs sont légèrement plus larges que les étages inférieurs, ce qui donne aux bâtiments une forme de champignons. En été, des bougainvilliers colorés, des géraniums et d'autres fleurs ajoutent leurs touches de contrastes au blanc et au marron foncé et ils font de l'ombre à ceux qui, en-dessous, boivent un thé. Les pavés ont été reposés afin de faire de la place à une large fontaine qui coule maintenant dans la rue entière. La fontaine a été construite en blocs de roche et en pierres pour paraître naturelle et paisible. Désormais, les vendeurs qui proposent leurs marchandises tout au long de la rue, sous de larges parasols aux couleurs éclatantes, peuvent profiter du bruissement de l'eau de la fontaine en travaillant, tout comme les touristes qui visitent.
- 18 Ces changements ont débuté en 2000, avec la fontaine installée en 2009 et de plus en plus de biens immobiliers ont été rénovés. Plusieurs des anciennes demeures ont été transformées en restaurants, en hôtels ou en boutiques. Une maison près de la mosquée a été léguée puis a été transformée en 1996 en musée (la *Kültür Evi*, ou Maison de la Culture) avec toute une série d'artéfacts historiques. De l'autre côté de la mosquée, une autre demeure ancienne ayant appartenu à une famille locale renommée a été reconvertie en Musée Vivant (*Yaşayan Müze*). Les touristes peuvent y redécouvrir les arts et les modes de vie d'une famille historique, les Bey, à travers l'artisanat traditionnel comme l'*ebru* (peinture à l'huile sur eau), les estampilles, les marionnettes et les formes en plomb fondu destinées à détourner le mauvais œil. Deux autres musées ont ouvert récemment : le Musée de l'Histoire de la Ville et la maison de Cahide Gürsoy qui est ?, transformée en musée.
- 19 Aux pieds de la colline, la rue serpente bordée de plusieurs trottoirs étroits délimités par les boutiques. Certaines boutiques ont été rénovées et les vitrines des magasins regorgent d'une joaillerie artisanale qui ne manque pas de talent, de pots de fleurs et de moules en cuivre, de douceurs locales, de pâtes, de pains et autres mets fins. Les artisans, de plus en plus reconnus comme des maîtres-artisans de qualité par diverses ministères et guildes de commerce, sont recherchés dans les bazars et les marchés en Turquie (communication personnelle avec les propriétaires de boutiques, 2009).

1.2. L'environnement naturel du village

- 20 Le sommet d'une colline avoisinante (la colline d'*Hıdırlık*) qui surplombe Beypazarı a été aménagé en un joli point d'observation, où l'on trouve également un café. À cet endroit, on peut bénéficier d'une vue panoramique sur la ville et sur les formations géologiques uniques de crêtes qui parcourent le lieu et s'étendent autour. Juste en dehors de la ville, la route traverse les vallées d'*Inözü* et de *Sabagöz*, de magnifiques vallées qui délimitent une réserve naturelle d'oiseaux, reconnue par le Ministère de l'Environnement de Turquie. Avec ses oiseaux migrateurs, ses aires de pique-nique, ses grottes, et ses ruines

d'anciennes églises et de sites historiques, la vallée est recherchée puisqu'elle combine à la fois le patrimoine national et le patrimoine naturel.

- 21 Figure 2. La rue du marché, la rue Alaaddin, au printemps, avec la fontaine sur la droite

Source : l'auteur, 2009

Figure 3. Initiation à l'art de l'eburu *sanatı* au Musée Vivant

Source : l'auteur, 2009

Figure 4. Carte de la faune et la flore locales, affichée à l'extérieur de la Maison de la Culture et de la Maison de la Nature (*Doğa evi*)

Source : l'auteur, 2009

2. Construire un village avec une légitimité

- 22 À l'heure actuelle, plus de 1000 maisons anciennes ont été restaurées à Beypazarı, et les marchés et boutiques bénéficient du décuplement de la croissance, des revenus, et de la valeur du marché immobilier. Les changements ont commencé avec les élections municipales en avril 1999. Un avocat, qui avait grandi à Beypazarı, Mansur Yavaş, a été élu grâce à une campagne qui mettait l'accent sur le besoin de redynamiser l'économie de la ville. En utilisant son nom, qui signifie « lent », pour souligner la nécessité d'un changement lent mais continu et sûr, Mansur Yavaş a organisé la ville en différentes commissions et groupes pour commencer à faire des recherches sur l'histoire de la région, les ressources naturelles, et la possibilité de créer une industrie du tourisme. Bien que tous les locaux ne soient pas pro-Yavaş, de nombreux habitants ont commencé à travailler ensemble. À travers de vieilles photos, la presse, des journaux intimes, des publications, des registres officiels, des archives municipales et d'autres sources d'informations de ce type, la ville a reconstruit son image de village important sur le plan historique, beau, naturel, et digne d'intérêt pour des touristes. Dans des publicités, des dépliants, dans des communiqués et des journaux locaux, Beypazarı a utilisé ses découvertes, en particulier ses vieilles photographies, pour faire la promotion de visites à la journée et éventuellement de séjours sur un week-end (sachant qu'alors, les chambres d'hôtels se multipliaient) dans leur village et dans les environs. Yavaş a été réélu en 2005, bénéficiant ainsi de la période maximale de 10 ans dans cette fonction, de 1999 à 2009. Il s'est présenté à d'autres élections à Ankara et au niveau national (cf. son site Internet sur www.mansuryavas.com.tr)

2.1. La nature traditionnelle, historique et reposante

- 23 Suite à des commissions et des collaborations, le paysage naturel qui environne la ville de Beypazarı a été désigné comme un site du patrimoine national et reconnu comme une réserve pour les oiseaux migrateurs par des institutions étatiques locales et nationales. L'ancien maire a aussi encouragé les pratiques agricoles biologiques dans la région pour contribuer à préserver le paysage naturel environnant. Outre son exploitation agricole, la terre a acquis de la valeur pour sa grandeur et sa beauté. La nature, à cet endroit, se manifeste par les formations géologiques uniques de crêtes rocheuses et par plus de 100 espèces d'oiseaux qui traversent la région. Dans les publicités et les communications, le paysage naturel est présenté comme faisant partie du village, du patrimoine national turc, et comme quelque chose qui s'impose à l'esprit, en l'impressionnant, en l'apaisant et en lui redonnant du souffle. Source d'attraction importante pour les touristes, le paysage naturel recouvre des concepts aussi variés que la conservation, la préservation pour les générations futures, la beauté, la détente, l'émotion spirituelle, et la fierté nationale. Ces concepts trouvent un écho dans le paysage de Beypazarı alors qu'ils sont difficiles à retrouver dans la capitale, Ankara. Les visiteurs se reposent sous les arbres, piqueniquent, barbotent dans les criques, boivent à la source et jouissent du calme.

2.2. Les modes de vie, les arts et l'artisanat

- 24 L'art et l'artisanat populaires de Beypazarı, également structurés par le biais de commissions politiques et d'entrepreneurs locaux, ont été mis en avant, comme une part essentielle de l'histoire. Le rôle de l'art et de l'artisanat ne se cantonne pas au domaine économique : certes, ils favorisent l'échange commercial, mais ce sont aussi des éléments essentiels que l'on doit retrouver dans tout village qui se dit historique. Il existe ici une logique de réciprocité qui veut que les artisans ne doivent leur subsistance qu'à la pérennisation des modes de vie anciens alors que ces derniers sont eux-mêmes tributaires de l'existence d'artisans garants de l'histoire. En effet ce sont eux qui fabriquent les objets indispensables aux modes de vie passés. Par exemple, on ne peut se passer de chaudronniers pour fabriquer et entretenir les chaudrons que l'on place sur le feu dans les cheminées, et c'est sans compter les cafetières arrondies qui sont utilisées pour réussir le vrai café turc. Sans ces objets, les gens ne pourraient plus cuisiner sur le feu ou servir le café traditionnel. La connaissance et les savoir-faire des artisans ont été, dans l'ensemble, de plus en plus reconnus et valorisés. Par ailleurs, grâce à cet intérêt grandissant pour leur art et grâce à aux nouvelles opportunités économiques, certains artisans peuvent plus facilement se consacrer à leur création et parfaire leurs savoir-faire.

2.3. Participer, par le biais de la consommation

- 25 Même si les marchandises qui sont produites en grandes quantités sont parfois considérées comme des imitations d'objets d'art traditionnel sans valeur, on peut aussi voir ces articles destinés aux touristes urbains comme un moyen pour eux de participer aux pratiques traditionnelles turques. Le simple fait de regarder les vitrines remplies d'objets traditionnels permet aux gens de revisiter leurs coutumes passées. Et le fait d'acheter ces objets et de les utiliser à la maison, de retour en ville, donne aux touristes l'opportunité de se réapproprier des coutumes. Certaines marchandises qui se démodaient sont de nouveau recherchées. Par exemple, les robes *bindali*, en velours brodé de fin brocart d'argent et de fils d'or, étaient revêtues par les filles d'une famille lorsqu'elles se mariaient. Ces robes étaient léguées à la maisonnée de générations en générations de femmes et montraient la richesse et la respectabilité d'une lignée féminine. Alors qu'elles étaient habituellement portées pour les mariages, désormais, certaines mariées citadines les portent pour des événements qui précèdent leurs noces ou pour des concours de beauté locaux ou des événements liés aux traditions.
- 26 Les orfèvres qui tissent les fils d'or et d'argent dans le style traditionnel *telkari* font étalage de colliers très vastes et très sophistiqués destinés aux mariées. L'idée est d'acheter (ou de recevoir en héritage) le collier le plus opulent et le plus beau qui soit pour une jeune mariée. Il faut peut-être préciser que les épouses reçoivent beaucoup d'or et d'argent lors de leurs noces. Ces biens précieux leur sont donnés en prévision de leur futur et de celui de leur famille, pour l'utiliser comme bon leur semble. Ils sont également considérés comme une contribution de la famille au mariage. Il faut aussi préciser que le mariage est un rite de passage vers l'âge adulte très important pour de nombreux turcs. D'un point de vue matériel, les gens sont prêts à dépenser de grosses sommes pour faire des cadeaux de mariage, et pour les commerçants, il est tout à fait logique de veiller à s'approvisionner pour être en mesure de répondre à la demande générée par ces

événements. Les noces sont aussi des occasions de réjouissance, auxquelles de nombreux participants sont conviés.

- 27 Outre les mariages, la consommation, sous toutes ses formes, constitue de plus en plus, pour les individus, un moyen de démarquer leur identité (Comaroff et Comaroff, 2009). Les gens tentent de montrer leur appartenance à des groupes variés et cherchent à afficher leurs statuts socio-économiques, à travers les vêtements qu'ils portent, leur coiffure et leur maquillage, et par le biais de nombreux autres moyens de représentation auxquels ils accordent de l'importance. Les gens choisissent d'acheter certaines choses plutôt que d'autres. Alors que la relation commerciale bilatérale (achat-vente) ne permet généralement pas de créer des liens sociaux ni ne répondre aux attentes recherchées, il y a toujours un choix, un échange de valeurs, et une marque d'intérêt pour les savoir-faire artisanaux qui s'opèrent et s'expriment au cours de ces interactions-là.
- 28 Les touristes urbains dépensent pour des objets artisanaux du village, des excursions dans la réserve naturelle, pour de la cuisine traditionnelle dans les restaurants locaux. Cela ne fait peut-être pas revivre le passé de manière authentique, mais cela permet de le revisiter d'une façon agréable, raisonnable et sans danger. Pour gagner en authenticité, les touristes urbains devront probablement s'investir davantage dans la vie du village et répondre aux attentes sociales qui vont de pair avec les rôles culturels, mais peut-être que ceux-ci sont les aspects de la vie du village qui sont considérés comme arriérés, politiquement polémiques et dangereux. Au lieu de cela, la consommation touristique offre aux citoyens une possibilité de visiter le passé, de profiter de la nature, et de retrouver, ne serait-ce que temporairement, les choses précieuses qui leur font défaut dans leurs vies citadines.

3. Un espace pour la co-construction d'une identité culturelle et nationale

- 29 Dans notre exemple, les habitants d'un petit village ont décidé qu'ils reconstruiraient leur ruralité, sciemment, pour attirer les touristes de la capitale, un centre urbain majeur dans la région. En créant ce lieu avec une histoire réinterprétée, et en invitant les citoyens à participer à la reconstruction des aspects historiques de la culture, qui comprennent l'utilisation et la jouissance de la nature, le village est devenu un espace où les Turcs de tous milieux, ont pu « jouer » avec leur culture. Ils ont pu acquérir une perception de la conscience commune, au moins pendant un court moment,
- 30 Des institutions variées en Turquie, telles que la Santé et l'Éducation, ont fortement soutenu la modernisation de la culture turque avec l'idée que ses modes de vie traditionnels étaient arriérés, opposés au progrès, et sans instruction. Ainsi, dans le cas de Beypazarı, les villageois, qui ont recherché dans les livres et les registres pour retrouver leurs traditions et se sont instruits eux-mêmes, ont abordé la question de la tradition synonyme d'« arriération » et l'ont complètement changée. En faisant de Beypazarı un village traditionnel qui s'assume, le maire créatif et la ville ont essayé d'être traditionnels de façon progressive et raisonnable. La tradition doit être construite en réponse aux intérêts des institutions en place, dans une culture donnée, et dans un processus de co-création avec elles. Il est important de faire remarquer les raisons pour lesquelles des groupes traditionnels, parfois des groupes subalternes, sont considérés comme arriérés ou sont jugés comme ayant moins de pouvoir. Une fois les écarts entre les

groupes identifiés, ceux qui ont pris le parti de devenir traditionnels peuvent « jouer » avec l'idée de tradition pour la faire correspondre au nouveau cadre culturel, d'une façon à la fois nouvelle et légitime. Cela peut donner aux groupes traditionnels une position avantageuse satisfaisante voire supérieure. Ainsi, les villageois de Beypazarı ont identifié les écarts entre leur ville et le centre urbain proche, et ils se sont assurés de recréer et de faire la publicité de leur artisanat, de leurs pratiques, et de leur cadre traditionnel.

- 31 Quand ils ont recréé leur village, les locaux ont défini un certain nombre de qualités souhaitables pour les touristes comme pour eux-mêmes. D'abord, pour représenter de la façon la plus juste possible l'histoire de leur village et sa « traditionnalité », le paysage naturel a été revalorisé et reconnu comme unique et beau. Le précédent maire et les résidents se sont servis d'institutions socialement reconnues telles que les différents ministres de l'Environnement et groupes environnementaux comme de moyens légitimes pour informer le public du caractère spécial de la nature dans cette région. La terre, la nature, les oiseaux, la faune et la flore sont considérés comme étant liés à ce monde historique idéalisé, fait de beauté et de charme. Quand on pense au devoir que nous avons de protéger l'écologie et de préserver l'environnement pour les générations à venir, la fracture entre les citadins actuels et la nature apparaît comme très préoccupante. Néanmoins, on a accordé beaucoup d'importance à la nature, parce qu'elle méritait d'être vue, ou parce qu'elle était perçue comme un manque dans l'univers urbain.
- 32 La publicité pour les touristes s'est concentrée sur un second point principal : les savoir-faire artisanaux en baisse du village. Au début, l'artisanat ne constituait pas une source de revenus sûre pour les familles, mais il a été mis en avant et a été vanté dans les publicités, les communications et il prend désormais de plus en plus de valeur. Les magnifiques joaillerie, dinanderie, argenterie, tissus imprimés et d'autres arts ont été fréquemment exposés dans les vitrines des magasins, ce qui a permis aux gens d'envisager de les acheter, ou ce qui aura au moins permis aux jeunes générations de poser des questions et d'en apprendre davantage sur les produits et les métiers de l'artisanat.
- 33 En plus de l'artisanat spécial, les modes de vie traditionnels ont aussi été reconstitués pour donner au village une apparence historique vraiment authentique. Les femmes ont été chargées de confectionner des pâtes et des spécialités gastronomiques de la région. Les propriétaires des magasins de bonbons ont accru leur production de spécialités locales comme les *pekmez*, des bâtonnets de mélasse de raisin fourrés de noix et de noisettes, ou encore la *baklava* spéciale aux 80 couches de feuilles. Les boulangeries locales ont confectionné davantage de *kurusu* (biscuits sablés au beurre qui accompagnent bien le thé) et ils en ont fait la publicité. Autrefois, la cueillette des herbes était faite par les femmes, mais pour le nouveau marché, hommes et femmes se sont mis à réaliser ensemble le travail de cueillette et d'étiquetage des herbes destinées aux touristes. Sur les marchés, il était prévu que les femmes porteraient davantage les foulards produits localement (excessivement longs) et les pantalons larges appelés *şalvar*. Lorsqu'elles ne travaillaient pas au marché, ces mêmes femmes s'habillaient souvent avec des vêtements contemporains. Il était aussi convenu que les hommes porteraient des habits plus traditionnels et des chapeaux, même si bien plus de femmes que d'hommes semblaient travailler sur les marchés, c'était le cas au moins dans les échoppes où les clients étaient accueillis et salués. La division des tâches semblait changer un peu puisque les femmes travaillaient sur les marchés et les hommes étaient chargés d'aider à préparer, en retrait, ou ils devaient travailler comme artisans dans les vitrines des boutiques.

- 34 Enfin, l'architecture de la ville a été reconstituée pour revêtir un caractère historique et unique. Plus de 3 000 bâtiments ont fait l'objet de recherches historiques, et beaucoup d'entre eux, le long de la rue Alaaddin, ont été rénovés, peints et transformés en restaurants, en boutiques, en hôtels ou en toutes sortes d'établissements qui proposent des attractions touristiques. La valeur des biens a augmenté, et l'impression générale que renvoient les maisons propres et intactes est assez agréable d'un point de vue esthétique. À la place des bâtiments délabrés aux poutres de bois pourries et aux fondations en mauvais état, presque toutes les constructions le long des grandes artères sont désormais rénovées. Dans d'autres villages en Turquie, on aspire peut-être à des conditions aussi parfaites mais elles ne sont pas réalisées. Si, dans d'autres villages, les habitants qui se servent d'ânes pour transporter leurs biens sont peut-être jugés comme pauvres et arriérés, à Beypazarı, les touristes trouvent cela pittoresque et charmant. Les ânes et leurs maîtres sont considérés comme faisant partie de la reconstitution, presque à l'instar d'une prestation pour un théâtre ou un film. Que l'ânier soit pauvre ou pas n'a aucune importance pour les touristes : il contribue à l'image du village idéal et il ne constitue plus une menace en tant que personnage politique.

Conclusion

- 35 Selon Salamandra (2004, p. 109), dans son étude sur les tensions entre les modes de vies anciens et nouveaux et les subdivisions à Damas, « le passé sert d'Âge d'or », sujet aux généralisations et aux simplifications, lesquelles ne s'appliquent pas pour l'analyse du présent ». À Beypazarı, il se passe peut-être quelque chose de cet ordre. Depuis que le passé est, de manière habituelle, simplifié et stéréotypé, les villageois de Beypazarı ont pu offrir quelque chose de nouveau et de redynamisant. En montrant la spécificité de leur histoire, de leur architecture, de leurs modes de vie et de l'environnement géologique, les villageois ont tiré le passé de son brouillard sur-stéréotypé pour en faire un faisceau de lumière éblouissant. À travers ses musées créatifs, ses beaux paysages, et ses agréables moyens d'interagir par le biais de la consommation, qui comprend la restauration et l'appréciation des arts locaux, le village donne un peu de lui-même à tous les touristes qui le visitent. Et puisque le village a été créé d'une façon éclairée, plusieurs touristes urbains apprécient de le visiter, souvent à plusieurs reprises au fil des ans. Comme dans les observations de Lowenthal, « quelques admirateurs du passé choisiront d'y retourner : la nostalgie révèle l'aspiration à des temps heureux, plutôt que tristes, au-delà du souvenir... Les gens ont tendance à penser que la vie dans le passé était plus « douce » (1989, p. 28). Beypazarı, à travers ses processus de reconstruction, a rendu possible la visite sans danger de ce passé heureux.
- 36 Le village offre un espace où les gens peuvent réincarner et faire revivre agréablement le passé, mais ces reconstitutions opposent aussi les traditions à la vie citadine. Le plus souvent, les traditions sont « folklorisées et adoptées comme faisant partie de la modernité. Elles manifestent un patrimoine riche, mais qui est relégué au passé, par juxtaposition avec la ville nouvelle » (Salamandra, 2004, p. 33). Par conséquent, le folklore et les traditions recréés à Beypazarı permettent aux citadins d'accueillir favorablement ces recreations, comme l'antithèse de leurs modes de vie urbains. Les touristes peuvent relâcher leurs tensions dans le cadre rural mais pas nécessairement en ville. La consommation moderne, qui pousse à rechercher la richesse et le pouvoir, s'oppose à la consommation d'un passé rural idéalisé. D'une certaine façon, une fois ce passé agréable et attrayant pour les

touristes reconstruit, cela ne pose pas de problème aux hommes de continuer à charger les ânes dans la rue, ni de problèmes aux femmes de rester assises à discuter dans leurs échoppes en vendant des herbes, des pâtes « faites maison », des foulards ou des chemins de table. Ces comportements traditionnels ajoutent encore au charme de la rue principale. Accepter de les adopter est tout à fait compréhensible et logique dans ce contexte. Les villageois ont choisi d'être/ de devenir traditionnels pour le bien du village, pour la prospérité économique (une idée moderne), et parce qu'ils ont jugé que c'était un meilleur calcul. Ils ont été au bout du processus de « traditionalisation » en connaissance de cause. Ainsi, la légitimité des traditions ne repose peut-être pas sur la reproduction exacte du passé, mais sur le souci de susciter la nostalgie, d'une façon agréable et qui ne comporte pas de « menace ».

BIBLIOGRAPHIE

- Barth F. (dir.), 1969, *Ethnic groups and boundaries : The social organization of culture difference*, Oslo, Universitetsforlaget.
- Cazes G., Courade G., 2004, « Les masques du tourisme », *Revue Tiers Monde*, vol. 2 (n° 178), p. 247-268.
- Comaroff J., Comaroff J., 2009, *Ethnicity, Inc.*, Chicago and London, University of Chicago Press.
- Delaney C., 1991, *The Seed and the Soil : Gender and Cosmology in Turkish Village Society*, Berkeley, University of California Press.
- Dole C., 2004, "In the Shadows of Medicine and Modernity : Medical Integration and Secular Histories of Religious Healing in Turkey", *Culture, Medicine and Psychiatry*, vol. 28, p. 255-280.
- Ergener R., 2002, *About Turkey : Geography, Economy, Politics, Religion, and Culture*, Boulder, CO, Pilgrims' Process, Inc.
- Eriksen T. H., 1993, *Ethnicity and Nationalism : Anthropological Perspectives*, London, Pluto Press.
- Foucault M., 2004 (1979), *Naissance de la biopolitique : Cours au Collège de France, 1978-1979*, Édition établie sous la direction de François Ewald et Alessandro Fontana, par Michel Senellart, Paris, Gallimard, Seuil.
- Gibson J., 2004, *Overcoming Apartheid : Can Truth Reconcile a Divided Nation ?*, New York, Russell Sage et Cape Town, Human Sciences Research Council.
- Hall S., 1994, "Cultural Identity and Diaspora" in Williams P., Chrisman L. (dir.), *Colonial Discourse and Post-colonial Theory : A Reader*, New York, Columbia University Press.
- Knafou R. (dir.), 1998, *La planète « nomade », les mobilités géographiques aujourd'hui*, Paris, Editions Belin.
- Lowenthal D., 1989, "Nostalgia tells it like it wasn't" in Chase M., Shaw C. (dir.), *The imagined past : history and nostalgia*, Manchester, Manchester University Press, p. 18-32.
- OMS (Organisation Mondiale de la Santé), 2004, *Urban Population Growth. Global Health Observatory Programme [Croissance de la population urbaine. Programme de l'Observatoire de la Santé Mondiale]*,

http://www.who.int/gho/urban_health/situation_trends/urban_population_growth_text/en/#, consulté le 12/03/2012.

Ortiz C., 1999, "The Uses of Folklore by the Franco Regime", *The Journal of American Folklore*, vol. 112 (n° 446), p. 479-496.

Salamandra C., 2004, *A New Old Damascus : Authenticity and Distinction in Urban Syria*, Indiana Series in Middle East Studies, Bloomington, in, Indiana University Press.

Scott J., 1985, *Weapons of the Weak : Everyday Forms of Peasant Resistance*, New Haven, CT, Yale University Press.

Spivak G., 1987, *In Other Worlds : Essays in Cultural Politics*, New York, Methuen.

Tilroe A., 2006, « Tourisme et culture surgelée », La conférence de l'Université de tous les savoirs (14 janvier), disponible sur <http://www.canal-u.tv/?redirectVideo=1470>

Turkish Statistical Institute (Institut Statistique Turc), 2012, *Address Based Population Registration System (ABPRS)*, Database. Population of province/district centers and towns/villages by districts.

Urbain J.-D., 2002, *L'idiot du voyage : histoires de touristes*, Paris, Éditions Payot.

Wolf E., 1982, *Europe and the People without History*, Berkeley, University of California Press.

NOTES

1. « L'identité culturelle [...] est une question qui porte autant sur "le devenir" que sur "l'être" [...] Loin d'être figées extérieurement, dans une sorte de passé "essentialisé", elles [les identités] sont sujettes aux changements continuels de l'histoire, de la culture et du pouvoir... Les identités sont les noms que nous donnons aux différents positionnements que nous adoptons, ou à la position dans laquelle nous nous trouvons, au sein des récits du passé ».

RÉSUMÉS

Les processus par lesquels les centres urbains et les périphéries rurales s'influencent mutuellement dépassent les simples paysages et limites des villes pour prendre une dimension plus fondamentale sur le plan culturel. Au cours de la dernière décennie, un village de campagne en Turquie s'est reconstruit pour représenter une époque historique empreinte de nostalgie, faisant partie du paysage naturel local afin d'attirer les touristes urbains de la capitale du pays. Le processus à travers lequel les villageois ont reconstitué le passé et en ont banalisé certains éléments est un cas intéressant dans lequel les villageois ont dissipé les craintes éventuelles au sujet de leur retard de développement en adoptant un certain positionnement historique. Cela a atténué les peurs des citadins et a rendu le voyage vers ce village légitime. Alors que les tensions entre le village et la ville ne sont pas essentiellement ethniques mais de nature socio-économiques et fondées sur l'appartenance à une classe sociale en Turquie, le village, tel qu'il apparaît désormais, offre pour les Turcs, urbains comme ruraux, un espace et un lieu de « jeu » et de renégociation de leur conscience collective historique. Peut-être que ce jeu et cette

interaction conduiront à évaluer de façon positive plutôt que négative les modes de vie traditionnels.

The processes through which urban centers and rural peripheries influence each other reach beyond landscapes and town borders into something deeper and more culturally substantial. Over the past decade, a rural village in Turkey has been re-constructing itself to represent a nostalgic historical era that is part of the local natural landscape that draws in urban tourists from the national capital. The process through which the villagers re-constructed the past and commoditized parts of it is an interesting case in that the villagers dispelled any fears of backwardness in their historical situated-ness via their selective process. This allayed fears and legitimized the trip for urban city-dwellers. While the tensions between the village and the city are not essentially ethnic but socio-economic and class-based in Turkey, the village, as it now stands, allows a space and a place for both urban and rural Turks to play with and re-negotiate their collective historical consciousness. Perhaps this play and interaction leads to the valuation of traditional ways in a positive instead of negative light.

cultural transformation, rural tourism, natural landscapes, identity reconfiguration, turkish villages

INDEX

Mots-clés : transformation culturelle, tourisme rural, paysages naturels, reconfiguration de l'identité, villages turcs

AUTEUR

JANNA LEANN ROSE

Janna Leann Rose, MA, PhD, Grenoble École de Management, People, Organizations and Society,
janna.ROSE@grenoble-em.com