

## Réponse Jijel

Tourisme : valorisation des identités ou processus de globalisation culturelle ?

Le tourisme est une rencontre de cultures. Cette confrontation se fait au travers d'échanges économiques, politiques, sociaux qui ne sont pas sans influence sur les identités locales. Comment les pays d'accueil résistent-ils à cette pression ? D'aucuns voient dans le tourisme une nouvelle forme de colonialisme qui impose le formatage des usages (le « petit déjeuner continental » des hôtels « internationaux ») et une standardisation des pratiques (les normes de confort, par exemple) avant de conduire à des processus d'acculturation par la muséification ou la folklorisation des coutumes (M.F Lanfant, 1995). Face à cela, la vague des nouvelles tendances qui vont du tourisme « durable » au tourisme « éthique ».

Comment les territoires résistent-ils à cette « invasion » et préservent-ils leur potentiel culturel ? Comment mesurer le degré de globalisation d'une culture ? Comment repérer ce processus afin de le contrecarrer ? La question n'est pas nouvelle mais les outils encore dans la lignée de l'analyse *isoculturelle* prônée par Jean-Pierre Lozato-Giotart depuis le congrès de sociologie de Bielefeld en 1992. C'est sur cette piste que nous proposons d'apporter l'éclairage des sciences de l'Infocom. Partant du principe énoncé par le sommet mondial sur la société de l'information, nous voulons rechercher comment est respectée (ou non) l'identité et la diversité culturelle d'un territoire. Pour cela, notre support d'enquête sont les différents médias utilisés par la promotion touristique (brochures, articles de presse, sites web). Nous présentons, en particulier, une méthode pour essayer d'évaluer le profil patrimonial des territoires et déterminer si les cultures locales sont toujours vivaces ou si un processus de dépendance est en marche. En ce sens, nos travaux éclairent d'une manière nouvelle l'analyse *isoculturelle* de Lozato-Giotart .

Cette réflexion s'inscrit dans l'axe 3 du colloque « Industrialisation de la culture ». Le tourisme, en effet, est un vecteur du processus de formatage et de standardisation des connaissances mais sa raison d'être est aussi de permettre la rencontre avec des cultures différentes. En ce sens, il importe de savoir évaluer la place qui reste aux savoirs locaux dans la cité globale. Nous présenterons un outil informatique d'évaluation de cette mise en image du patrimoine. Cette modélisation de la communication touristique est le fruit d'une dizaine d'années de recherches qui ont abouti à la création d'un outil d'analyse qualitative du discours simple à utiliser. Des études de cas réelles montreront comment on peut évaluer des processus de développement touristique, et leur impact sur la culture « indigène ». Cette technique offre aussi l'avantage de pouvoir saisir dans le temps l'évolution de la mise en scène du patrimoine d'un lieu, donc de détecter toute variation dans la mise en scène d'un patrimoine.

Ainsi, les sciences de l'information fournissent aux développeurs de territoires un outil de mesure de l'identité culturelle. Les exemples proposés montreront comment on peut suivre la valorisation ou l'abandon progressif d'éléments patrimoniaux dans la communication d'un territoire. Il semble particulièrement intéressant de diffuser cette approche dans les pays en voie de développement qui sont particulièrement soumis à la pression touristique.

Repères bibliographiques :

Amirou (Rachid) : Imaginaire du tourisme culturel (Puf, 2000).

Frustier (Pierre) dir. : Les identités insulaires face au tourisme (Siloë, 2007) ;

Frustier (Pierre) & Perroy (François) : la communication touristique des collectivités territoriales (Territorial, 2005) ;

Furt (Jean-Marie) & Michel (Franck) dir. : Tourismes & identités (L'Harmattan, 2006)