

Extrait du Journal Permanent de l'Humanisme Méthodologique

<http://www.journal.coherences.com/article354.html>

L'esprit des lieux

- 5 Anthropologie appliquée - Communautés territoriales - Le tourisme des valeurs -

Date de mise en ligne : lundi 22 mai 2006

Copyright © Journal Permanent de l'Humanisme Méthodologique - Tous

droits réservés

Il suffit de savoir ce que veulent les touristes ou les visiteurs, adopter le déguisement adéquat, en habiller les "atouts" locaux, s'assurer d'être conforme à la norme de qualités en vigueur et on est sur de capter une clientèle que dispute le territoire voisin. L'esprit des lieux s'est enfui et avec lui l'âme du territoire, l'identité et le Sens du bien commun. Traitement de surface ou travail en profondeur ? la clé de l'attractivité et du développement.

Une grande partie du tourisme est fondé sur "l'attractivité" de sites, de paysages, de villes ou de quartiers, de territoires entiers, de villages, de maisons ou d'édifices, de places, d'endroits dédiés à telle ou telle activité, de lieux qui ont été marqués par l'histoire, etc. Il faut y rajouter aussi "l'attractivité" que l'on cherche à développer attachée à un mode de vie, une économie, un environnement et bien d'autres choses encore.

Lorsque l'on parle de territoires de destination on suppose qu'il puissent être identifiés pour leur attractivité particulière.

Or la question ici porte sur l'origine, la nature, les vecteurs, les effets de cette attractivité dont la compréhension conditionne les méthodes et les pratiques qui s'y rapportent.

Séduction et captation.

Disons tout de suite qu'il existe aussi une "expertise du faux semblant" basée sur le processus de séduction et de captation dont on sait qu'il vise à "détourner de son Sens" celui qui s'y trouvera piégé par ses propres faiblesses. Longtemps, mais peut être encore, la publicité en a été le modèle, formant les esprits de plusieurs générations d'experts en communication et en marketing.

La logique de captation consiste à promettre ce qui n'est pas, logique du leurre, du détournement du sujet.

A la place de l'esprit c'est l'image captivante, capturante qui est investie du pouvoir attracteur. N'est-ce pas une définition de la magie. "C'est magique" entend-on couramment au pays de Descartes pour qualifier cet effet attribué à quelque configuration de signes, de formes, d'images, d'images de marques même, pour ceux qui s'y rallient 30 ans après les autres.

Cet effet magique que l'on assimile à l'effet attracteur quelque fois est d'ailleurs de plus en plus identifié à un effet émotionnel.

Pour Sartre l'é-motion c'est ce qui prive du mouvement, qui paralyse, un état de pathos qui est de même origine que "passion". C'est là sans doute un aspect du phénomène de captation, le piège que le langage actuel ne cesse de magnifier, l'assimilant à ces dépendances, à ces "plus forts que soi" qui entraînent quelque jouissance au moins provisoire.

"Scotché" en est une expression qui rappelle les pièges à mouches d'antan. Il est aussi des registres plus sérieux sans qu'on y boude ce genre de langage dès lors que c'est une "émotion esthétique" ou "culturelle" qui s'exprime.

Sur ce versant du phénomène de captation, il y a beaucoup à dire mais il vaudrait mieux ne pas se trouver pris par

ses séductions qui alimentent un fort commerce.

Il y a un autre versant qui s'interroge sur le phénomène et ses enjeux dès lors qu'il ne s'agit pas de piéger mais d'enrichir, de partager, d'exalter, d'exprimer.

Sens et valeurs questions d'esprit.

Lors d'un récent colloque scientifique portant notamment sur les thèmes du tourisme et de la culture, la question de "l'esprit des lieux" a été évoquée à propos de villes, monuments, sites ou paysages.

La forme a été rapprochée de la question des valeurs et de celle de Sens avec l'interrogation sur le Sens invisible exprimé par des signes et des manifestations visibles qu'il s'agissait tant d'élucider que d'exprimer par différents moyens, artistiques, urbanistiques, mais aussi d'animation et de communication.

Nombreux sont ceux qui se reconnaîtrons dans ce souci de "mise en valeur", d'expression de valeurs singulières, authentiques, prometteuses.

Mais moins nombreux sont ceux qui s'interrogent sur la source de cet esprit des lieux, ces valeurs, ce Sens.

Il en est, comme l'un des intervenants, de ce colloque, pour y voir des signes de rapport au sacré, des signes de religiosité qui choquaient son matérialisme et son positivisme affirmé.

Il utilisait cependant le terme de "qualité" pour qualifier ce qualitatif. Mais on ne voit pas alors comment évacuer la subjectivité, le jugement de valeurs et les processus d'attractivité efficaces qui ne relèvent pas pourtant de la conscience immédiate du chaland ni de quelque physico-chimie. La notion de qualité ne va pas sans référence à des valeurs et celles-ci à un Sens sans doute de nature spirituelle et en tout cas humain.

Eclairages conceptuels et méthodologiques

C'est là que le Tourisme des Valeurs et ses fondements dans l'Humanisme Méthodologique apportent leur éclairage conceptuel et méthodologique.

Avec Braudel on pourrait se demander si l'esprit des lieux auquel les humains sont sensibles, tant pour se l'approprier qu'y résonner, ne tiendrait pas à une configuration contextuelle géographique.

L'Humanisme Méthodologique montrera que si une telle configuration a déjà un Sens ce ne peut être que pour des hommes qui le lui confèrent. Ainsi ne peut être évalué que ce qui se réfère à des valeurs humaines. Il n'y a de Sens qu'humain et même relatif à des questions et problématiques humaines.

Ce n'est pas pour rien que des territoires conservent une certaine culture malgré la disparition et le remplacement de leurs habitants au fil des siècles. Ceux qui se trouvent là sont comme portés par le contexte matériel sauf que ce contexte n'a pas de valeur constante au fil de l'histoire des hommes hormis s'ils le lui confèrent.

l'esprit de complexité

Ainsi l'esprit des lieux réside-t-il dans les hommes qui interprètent ces lieux, résonnent aux marques, aux traces et aux signes que d'autres y ont exprimé et continuent à exprimer.

Il y a là toute une complexité que sans bagage théorique, méthodologique et pratique il faut confier à l'intuition, au talent, et malheureusement aussi à l'aveuglement, à l'erreur ou même l'incompétence.

Cette complexité est liée au caractère "polysémique" des "lieux" pour donner un caractère générique à ce terme. Évidemment l'esprit en question n'est pas forcément bon, n'est pas toujours le bon.

Il y a des lieux qui sont répulsifs ou attractifs pour de mauvaises raisons. Il y a des lieux dont l'attractivité n'est pas la même pour les uns ou pour les autres, heureusement. Il y a des lieux dont l'esprit et les valeurs sont véhiculés de façon dispersés et contradictoires.

Ainsi une question nouvelle se pose alors. Y-a-t-il un ou plusieurs esprits des lieux, un ou plusieurs Sens, un ou plusieurs systèmes de valeurs.

La théorie du Sens et des cohérences humaines répond oui. En même temps, elle suggère de discerner le "bon sens", le meilleur esprit, les valeurs pertinentes. Il faudra donc se positionner, privilégier un Sens plutôt que tous les Sens. Cultiver un certain esprit et se doter de valeurs de références cohérentes.

Par ailleurs la complexité s'accroît si on découvre que le même lieu, site ou territoire, n'a pas tout à fait les mêmes Sens, lorsqu'il est inscrit dans de plus vastes espaces ou lorsqu'il est vu en lui même. Il est clair par exemple que la forêt de Brocéliande n'a pas d'évidence le même Sens pour des amateurs de la mythologie et pour des forestiers soucieux de gestion.

Il y a cependant une solution : prendre position sur "le point de vue" à partir duquel envisager l'esprit du lieu, son Sens et ses valeurs. Ce seront là les exigences d'une démarche méthodologique.

L'Humanisme Méthodologique propose deux types d'approche.

S'il s'agit d'un "territoire", en vue du développement de ses habitants, du devenir d'une communauté territoriale, alors c'est la théorie des cohérences culturelles qui va situer les choses. Le consensus implicite sur des Sens dont on peut dégager un sens du bien commun, est comme un inconscient collectif.

Tel sera l'esprit des lieux que l'on aura ensuite à exprimer, à communiquer, à "cultiver".

S'il s'agit d'un site matérialisé ou non, comme un patrimoine immatériel, alors la théorie des cohérences réclamera de désigner le public, la communauté pour laquelle, du point de vue de laquelle l'élucidation des Sens sera pertinente.

Ces positions préalables ressortissant d'une discipline de centration sont indispensables pour échapper à bien des divagations, de celles qui font le bonheur des uns et le malheur des autres et par exemple : l'intérêt des experts et le désintéressement des populations, l'engagement des uns et la désimplication des autres.

C'est le cas par exemple lorsque différentes politiques publiques territoriales ne se réfèrent pas au même "esprit des lieux" ou bien le font pour des publics ou avec des références culturelles extérieures qui ne sont pas celles de la

communauté territoriale. Tout se passe alors comme si l'esprit des lieux avait déserté, qu'ils s'en trouvent désaffectés, qu'ils ont perdu leur âme. Voilà un autre terme évocateur. Il ne faut pas se contenter de simples évocations au risque de confondre alors quelque âme psycho-affective avec quelqu'autre âme spirituelle.

L'ingénierie du Sens et des cohérences humaines, volet opérationnel de l'Humanisme Méthodologique, apporte ici des propositions pour l'élucidation, la reconnaissance, l'identification, la qualification de "l'esprit des lieux".

Le discernement des esprits.

S'agissant en fait de Sens, le discernement en viendra par le biais d'une analyse de cohérence ou de cohérences culturelles pour les territoires orientés vers la recherche du Sens du bien commun.

Il faudra ensuite l'exprimer, le dire, en reconnaître les expressions déjà là, en donner des repères et même établir des référentiels pour ensuite y ancrer ce que l'on aura à en tirer.

Bien sûr on va penser alors identité, identification collective, appropriation, communication, rayonnement et aussi culture, développement.

Pour cela il nous faudra au préalable approfondir deux choses.

Le charisme de l'esprit des lieux

Comment "l'esprit des lieux" que l'on sait être de préférence le "Sens du bien commun" est-il attractif et pourquoi et pour quelles conséquences ? Comment est-il le vecteur et même le moteur d'une attractivité féconde ?

Tout d'abord il faut en venir à une question anthropologique fondamentale. Ce qui est à la source des dynamiques humaines ce sont les Sens en conSensus, partagés donc.

Cette source est donc située dans des profondeurs plutôt inconscientes. Or, c'est le plus souvent au travers d'explications plus en surface que se cherche cette source.

Ce sont alors les véhicules et modes d'expression du Sens, ou esprit des lieux, qui seront pris comme la source. Le signe, la forme, l'image pris pour le Sens, vieille illusion d'optique. Le Sens, puissance magique, sans le signe en serait une autre.

L'attractivité relève ainsi d'abord d'une sorte d'effet d'influence tel, que le Sens (l'esprit des lieux) trouve écho chez d'autres. Il est évident que cet écho dépend du rayonnement initial et de la réceptivité liée aussi à sa pertinence et aussi sa redondance.

Le rayonnement initial c'est tout le travail d'expérience et de communication que l'élucidation du Sens va permettre ensuite. La pertinence de la réceptivité dépend de ceux qui vont ou non "entrer en résonance" (vibrer diraient certains pour faire une métaphore qui en vaut bien d'autres). Il y a des publics plus disposés à se retrouver, à faire écho à un certain témoignage d'humanité plutôt que d'autres. C'est la cible que l'on cherchera à atteindre, c'est-à-dire à toucher.

L'effet de redondance va amplifier la résonance. Il est particulièrement favorisé par le collectif, les communautés de résonance qui font comme une chambre d'écho. Cependant il faut prendre garde aux dérives qu'un "effet de mode" peut constituer ; Il est des résonances qui touchent et mettent en mouvement des personnes qui n'ont pas d'affinité particulière avec l'esprit du lieu hormis cette résonance du moment. Ils trouvent les lieux alors moins dotés d'esprit que les campagnes de communication, l'engouement ou certains artifices publicitaires. La déception réciproque est probable.

L'effet de consensus est le principe moteur, pertinent dès lors qu'il touche les bonnes "cibles" avec la force suffisante que procure la redondance. Mais les véritables amateurs de l'esprit d'un lieu ont souvent comme des antennes c'est-à-dire résonne même avec un moindre investissement.

Cependant il faut considérer que la polysémie des lieux, de leurs esprits, justifie à son tour une certaine redondance sur le "Sens du bien commun" de façon à neutraliser quelque peu les parasitages.

Le souci d'un clair positionnement et d'une cohérence d'expression et de communication est important. L'effet de cohérence d'ailleurs n'est rien d'autre que cette redondance de plusieurs vecteurs, de plusieurs modes d'expression, d'incarnation, de proposition du Sens que l'on veut privilégier.

Nous n'insisterons pas plus sur les fondements anthropologiques de cette attractivité du Sens de l'esprit que l'on doit canaliser sur le Sens du bien commun plutôt que sur celui d'un mauvais esprit, d'un "mal commun" comme lorsqu'il s'agit d'une exploitation mutuelle. Le tourisme des voleurs ou le tourisme des valeurs, il faut choisir.

Par où passe l'esprit ?

Venons en maintenant à une question très importante qui est celle des vecteurs de "l'esprit de lieux", du Sens du bien commun, de l'âme de l'endroit. On a déjà aperçu que les véhicules peuvent être confondus avec la source. Mais quels sont-ils ?

En première approche il faudra avoir recours à un autre aspect de l'anthropologie de l'Humanisme Méthodologique à savoir la question de l'expérience humaine.

L'esprit de lieux, la culture, le Sens du bien commun et, nous le verrons, les valeurs, s'expriment au travers des différentes composantes de l'expérience humaine qui constituent autant de vecteurs, de véhicules et donc d'attracteurs.

D'abord le cadre, l'environnement, vu comme un ensemble de ressources significatives, de toutes sortes de manière. Il semble porter l'esprit de lieux. Bien qu'il soit souvent marqué par les hommes, c'est dans le regard des hommes que "l'esprit des lieux" se trouve, par le Sens donné aux "ressources significatives". Héritages, patrimoines, sont tels aussi. Lorsque le cadre est cultivé alors il est un témoignage culturel dans la moindre de ses évocations ou ses potentiels, autant de valeur objectives par exemple.

Ensuite, la qualité singulière, l'originalité, ce qui donne l'impression d'un lieu unique presque vivant, porteur d'âme. L'intuition est sollicitée et des valeurs essentielles nous semblent portées par ce lieu chargé d'esprit, de caractère même, à tel point que son approche est comme une rencontre. La fréquentation est comme une conversation avec un être familier. Il s'agit d'une ville, d'un quartier, d'un pays, d'un site mais aussi d'un édifice ou d'un endroit modeste. On s'y reconnaît parce que subjectivement on en partage l'esprit.

L'avenir, le dynamisme que l'on perçoit au travers de ce qui naît et renaît, de ce qui s'entreprend, de ce qui arrive, ce qui participe en ce lieu au mouvement du monde, qui prépare le futur et que l'on perçoit au travers des événements, des perspectives, d'un mouvement que l'on ressent : c'est aussi l'esprit de lieux. Il porte là des valeurs prospectives qui donnent envie de participer, de s'impliquer, d'accompagner cette marche en avant.

Concrètement l'esprit des lieux se retrouve dans les choses, les rues et les maisons, le mobilier, les équipements, les usages, les façons de faire ici incarnées et disponibles, les habiletés dont il fait preuve et qui invitent à être appréciées, productions, métiers, savoir faire, dont les choses témoignent rappellent le travail, l'oeuvre des hommes et leur capacité de modeler leur monde pour l'habiter. L'esprit des lieux s'y donne à toucher et à manier.

Mais aussi les sentiments, l'ambiance, que les scènes du passé ou du présent font résonner qui nous touche et nous émeut, au point quelque fois de nous laisser pantois. Cet amour des lieux avec toutes les appréciations, les nuances, les sollicitations c'est aussi l'esprit de lieux dans son visage affectif. Le Sens se fait sensibilité et sentiment et c'est toute notre relation au lieu et aux hommes du lieu qui en est émue. Attachements, fidélisation, fréquentation, font éprouver cela. Mais ce ne sont qu'écho de l'esprit, médiation, traduction, expression de l'esprit des lieux et ses sensibilités culturelles.

Enfin et dans le désordre l'esprit des lieux passe aussi par des formes, des jeux, des signes, des langages que les arts, les architectures, les ordres de la cité, les traces de tous ordres, les livres nous livrent. L'esprit des lieux se trouve dans les mentalités et les mentalités dans des constructions mentales, dans des formes et des grammaires que la raison reconnaît comme les expressions de la culture.

Tout cela se tient même si l'attention est focalisée sur telle ou telle dimension qui en sera même sacralisée quelques fois lorsqu'on la confond avec cet "esprit du lieu" comme le signe, le fait ou l'affect avec le Sens.

La mise en valeur de "l'esprit des lieux" n'est rien d'autre que son expression, sa manifestation au travers de ces vecteurs. La communication efficace, celle qui mobilise est celle qui intègre le mieux tous ces vecteurs. Elle va porter l'esprit localement et au loin par le biais de médiations qui elles aussi portent le Sens.

En quelque sorte les vecteurs de promotion et de communication de l'esprit des lieux en constitue une représentation virtuelle qui en porte les virtualités.

Après un temps où la communication a été par trop réduite au signe il va falloir redécouvrir d'autres modes d'expression de l'esprit des lieux à distance, c'est ce qu'internet et le virtuel commencent à nous offrir.

Le prix de l'esprit

Et les valeurs dans tout cela par exemple pour un tourisme des valeurs comme l'établit l'Humanisme Méthodologique ? "Les valeurs sont des indicateurs du bien commun". Elles ont donc une fonction de repère relatif. "La valeur est la mesure de la contribution au bien commun".

Dès lors c'est sur les valeurs et la valeur que vont s'établir les relations avec "l'esprit des lieux" et toutes ses expressions. Il s'agit bien alors d'une économie dont les termes sont l'offre de valeurs des lieux porteurs d'esprit et la demande de valeurs de ceux qui les apprécient, c'est-à-dire leur donnent un prix, de la valeur.

L'esprit des lieux n'a pas de prix mais les lieux de l'esprit si. C'est ce qui mobilise les entreprises humaines, les rencontres et le développement.

L'esprit des lieux n'est pas un fantôme du passé qui hante nos imaginaires mais la source de nos ambitions et de nos dynamismes. Il nous faut bien des lieux pour les en habiter, fussent-ils virtuels et néanmoins réels.

Prises sur l'esprit

Il reste pour parachever ce parcours de parler de l'intelligence symbolique et ses méthodes. Ce sont celles qui sous-tendent l'ingénierie du Sens et des cohérences humaines. Il s'agit de techniques d'élucidation, de discernement du Sens pour accéder ou du moins approcher cet esprit des lieux.

Ces analyses ont une grande puissance d'éclaircissement comme d'une sociologie des profondeurs, profondeurs toujours humaines. Il s'agit aussi de pratiques de créativité générative qui savent dire le Sens, traduire l'esprit sous tous les modes d'expression possibles.

C'est là la base de toutes les actions, stratégies et projets destinés à véhiculer le Sens du bien commun, esprit des lieux.

Ce qui était privilège d'artiste peut l'être aussi d'ingénieur et redonner à l'artiste une place qui ne soit pas seulement marginale, intermittente mais engagée dans la vie de la cité, pourquoi pas sur ses avant-scènes prospectives mais aussi partout où l'esprit a à se transmettre.

Il y a aussi les disciplines de centration qui savent prendre et tenir les positions qui sont conditions et gage de toute maîtrise et donc de tout magistère. Enfin l'intelligence symbolique travaille le partage du Sens et donc les consensus. C'est le vecteur même du dynamisme collectif, du développement et de toutes les entreprises humaines partagées.

Voilà donc toutes les bases pour un "tourisme des valeurs" qui se nourrit de l'esprit des lieux avec les pratiques d'artistes, d'ingénieurs et de responsables de l'engagement du Sens du bien commun.