



HAL
open science

Mission du patrimoine ethnologique. Le Mont-Saint-Michel et ses publics

Frédéric Lemarchand, Stéphane Valognes, Florence Peigne

► **To cite this version:**

Frédéric Lemarchand, Stéphane Valognes, Florence Peigne. Mission du patrimoine ethnologique. Le Mont-Saint-Michel et ses publics. [Rapport de recherche] Mission du patrimoine ethnologique. 2000. hal-01928991

HAL Id: hal-01928991

<https://hal.science/hal-01928991>

Submitted on 2 Oct 2019

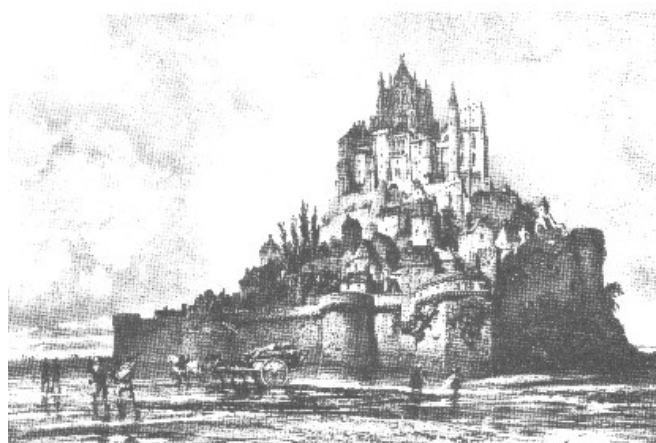
HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

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.

MISSION DU PATRIMOINE ETHNOLOGIQUE

APPEL D'OFFRES « ETHNOLOGIE DE LA RELATION ESTHÉTIQUE »
1999-2002

Le Mont-Saint-Michel et ses publics



Laboratoire d'Analyse Sociologique
et Anthropologique du Risque

UNIVERSITÉ DE CAEN MAISON DE LA RECHERCHE EN SCIENCES HUMAINES

Lasar-Mrsh 111 Esplanade de la Paix 14032 Caen Cedex

Tél. / Fax / Rép. 02 31 56 63 81 E-mail : LASAR103@MRSH.unicaen.fr

Illustrations de la couverture : en haut à gauche, carte postale des années soixante (dessin fin XIXe siècle). En haut à droite, l'aboyeur du « musée historique » dans la Grand Rue, 15 août 1999. En bas, paquet de gâteaux « Mère Poulard », 1999.

Nous dédions ce travail à Florence Peigne, qui nous a quittés à l'automne 2001. En souvenir des moments de doutes et de certitude que nous avons partagés tout au long de cette recherche.

Equipe de recherche :

Frédéric Lemarchand

Stéphane Valognes

Florence Peigne

Responsables scientifiques : C. Tarot, B. Lecestre-Rollier

I – Rappel de la problématique et des hypothèses 8

- Définition des objectifs 8
- La relation esthétique au Mont-Saint-Michel 9
- Temporalité et spatialité des enquêtes 9
- l'exposition « Un Mont d'images » comme terrain 10
- enquête auprès des personnes ressources 10

Plan du site 11

II - La construction de la relation esthétique avant la visite : guides touristiques et cartes postales 12

- Les guides touristiques une offre diversifiée selon les publics 12
- Entre guide touristique et carnet intime : le Cahier du Mont-Saint-Michel 13

Le discours des Guides Verts (Michelin) sur le Mont Saint-Michel : analyse comparative sur trois éditions (Bretagne, 1962, Normandie Cotentin, 1994, Bretagne, 14

- Du touriste « érudit » à la « soif de découvertes » 15
- Le Guide Vert et les marchands de souvenirs : continuité et rupture 16

III - Religion, religiosité 17

Des bénédictins aux Fraternités Monastiques de Jérusalem : 17

un nouveau regard religieux porté sur le Mont Saint-Michel 17

Vocation religieuse du Mont et relation esthétique : entre la religion comme mémoire et l'esthétique du parc d'attractions 18

Le pèlerinage comme « chronotope » 19

Le néopèlerinage, entre nature, mémoire religieuse et histoire sociale 22

- Le pèlerinage religieux 22
- Le pèlerinage historique et patrimonial : un territoire de la mémoire 24
- Le pèlerinage naturaliste : de la religion à l'écologie 25
- Le « caractère maritime » comme « vérité » 26

IV - Les cartes postales : esthétiques et politiques de l'authenticité 28

Les cartes postales : mise en forme des goûts et relation esthétique au site 29

- Cartes postales éditées ou diffusées par les éditions du patrimoine 29
- Cartes postales « privées », 30

V – Parcours dans le Mont 31

Relation esthétique et forme urbaine : La Grande Rue : un dispositif urbain “ vernaculaire ” 31

Le passé présent dans les formes architecturales et urbaines : nom des établissements et qualification de l'espace 32

Les noms d'établissements renvoient à plusieurs registres et imaginaires socio-historiques qui s'enchevêtrent et se complètent : 32

Marchands d'histoires : les musées 33

Que regarde la foule dans la Grande Rue ? 34

La Mère Poulard : animation touristique, segmentation sociale et esthétique 36

La mère Poulard : mise en scène privée dans l'espace public et production d'énoncés 36

Faire l'omelette face au public : un geste qui rassure alors que l'industrie agro-alimentaire est suspectée 37

Interprétations 39

Le touriste client devient une curiosité 40

Manger l'agneau de pré salé : acte nutritionnel et appropriation bio-symbolique d'un paysage culturel 42

VI - Imaginaires symboliques liés au Mont-Saint-Michel et sa baie 44

Un symbole national 44

Les usages politiques et commerciaux de l'image du Mont 45

L'utopie : un ailleurs, hors du temps et éternel 46

Le village, l'Architecture, l'œuvre 47

La nature 47

Lieu de culte et de vie monastique 49

La prison, le château, l'imaginaire médiéval 50

Un lieu mythique et spirituel 51

Imaginaire médiéval et pensée magique : le jeu de la Tour du Nord 52

Le commerce 54

La foule 56

Références à d'autres lieux 57

VII - La visite : pratiques esthétiques ordinaires 57

Entre errance et stratégie 58

Attitudes des arrivants et des partants 60

La visite contrainte : voyages scolaires 61

Une visite « libre » sans guide de l'Abbaye : itinéraire 62

Garder la trace, laisser une trace 63

VIII - Le regard, l'image 65

Le regard du public au travers de l'exposition « Un Mont en Quête d'Image(s) » 65

Une esthétique à l'état pratique : la photographie entre récit familial et confrontation au monument 71

Photographier les composantes du site pour elles mêmes 72

Les composantes du site comme décor et arrière plan du récit familial ou de groupe 73

La construction d'une approche patrimoniale : l'histoire de l'architecture comme modalité 74

IX – Prolongements : patrimoine, industrie culturelle et relation esthétique. 75

Le patrimoine comme réponse à la vulnérabilité 76

Nouvelles formes d'exposition du passé et archéotopie 77

Le patrimoine altericide 78

L'essor patrimonial, signe de la fin d'une histoire 80

Retour sur la conservation 81

Les objets de la conservation 81

Le système des objets 81

Tradition et modernité 82

La conservation comme possible appropriation de l'autre 83

Conservation symbolique, conservation hétérologique 84

Le rôle des objets dans la dynamique de la mémoire et de l'oubli. 86

La mémoire et les objets de suture 86

La mémoire comme compromis 87

De l'oubli 88

Conclusion : le développement de l'industrie culturelle appelle-t-il une ethnologie de la relation esthétique ? 90

Bibliographie et annexes (chiffres de fréquentation et symbolique du Mont vu par des « experts ») : 89

- Qu'est-ce que vous attendiez du Mont en arrivant ?
- « On peut pas attendre ce qu'on sait pas ».

I – Rappel de la problématique et des hypothèses

Définition des objectifs

La construction d'une ethnologie de la relation esthétique relative à l'objet, ici une œuvre ou bien plutôt un ensemble d'œuvres (architecture, patrimoine tel que celui que constitue le Mont-Saint-Michel) et les rapports sociaux qui y sont articulés implique une prise en compte critique de travaux de sociologie de l'art. Tant ceux qui montrent que l'art et sa réception sont des phénomènes collectifs, habités par le social, insérés dans l'extériorité de conditionnements, dans des habitus, enracinés dans une culture façonnée par des déterminations économiques et matérielles que ceux qui tendent à démontrer l'irréductibilité de l'art et de sa réception au social, à préserver les exigences de singularité (Heinich, 1998). L'équipe du LASAR s'était proposée, conformément aux trois orientations définies dans le texte de l'appel d'offres, d'axer ses investigations sur ce qui a été nommé le « moment critique » du *passage à l'esthétique*, à partir du *recueil d'énoncés* en situation, et d'en analyser les *effets sociaux* selon que les émotions esthétiques ont été partagées ou non.

- Observation des pratiques et attitudes des visiteurs, en situation critique, face au monument ou aux objets. Prise en compte des conditions critiques engendrées par le surencombrement du site les jours de grande affluence, dans lesquelles les visiteurs sont canalisés en deux flux, l'un montant, l'autre descendant, et guidés par des haut-parleurs.
- Analyse de la production d'énoncés et d'attitudes esthétiques (posture d'observation, technique du regard, déambulation) jusque dans les moments extrêmes qui caractérisent l'industrie culturelle (à l'instar des expositions de masse) à partir des différents cas figurant dans la typologie définie dans la partie *objet et terrain*.
- Etude des conditions de la visite, ou de la rencontre avec l'objet, définies comme *cadre*. Approches de la dimension collective du partage de l'émotion (en famille, en groupe ayant un passé commun, sans passé commun comme dans celui d'un voyage organisé, en groupe conjoncturel, sentiment d'appartenance à une communauté).

Le Mont-saint-Michel est tout à la fois un monument (historique, classé au titre du patrimoine de l'humanité par l'UNESCO), à l'intérieur de l'enceinte de l'abbaye, un « musée » (au sens large de lieu d'exposition et conservatoire), qui contient trois « musées » privés (4), un lieu d'attraction touristique déployé dans un village médiéval où se mêlent d'authentiques et d'inauthentiques habitations traditionnelles (façades du XIX^{ème} siècle néo-médiévales et rénovations contemporaines), un promontoire rocheux à partir duquel on vient contempler la nature dans une relation esthétique paysagère au lieu, et une « île » reliée à la terre par une digue route (insubmersible, contrairement à une croyance répandue chez les visiteurs).

La relation esthétique au Mont-Saint-Michel

Le tableau suivant a servi de point de départ et de fil conducteur à notre réflexion sur la relation esthétique, faisant état d'un côté des différents sentiments (et potentiellement des énoncés) que recouvre le mot « esthétique », et de l'autre des différents sens du lieu répertoriés dans les constructions imaginaires contemporaines.

<u>Sens et valeurs esthétiques recherchées</u>	<u>Caractéristiques du monument</u>
le beau	le monument historique
l'authentique (le fondé sur soi)	l'utopie (un ailleurs, hors du temps)
le spirituel	le village (comme forme urbaine)
l'historique	l'île (au péril du sable ou de la mer)
	le lieu de culte et de vie monastique
	le rocher
le sens civique	l'architecture (figure du labyrinthe)
le sens moral	Lieu de pèlerinage
l'identitaire	la prison
l'ontologique (le <i>se-sentir-être</i>)	un lieu mythique (St Auber, la marée remontant à la vitesse d'un cheval, les sables mouvants,...)

Temporalité et spatialité des enquêtes

Nous avons réalisé plusieurs séries d'enquêtes descriptives et qualitatives dans le site, en tenant compte des différents paramètres énoncés précédemment, en vue de recueillir les énoncés esthétiques sans les déconnecter des attitudes et pratiques qui les accompagnent.

Nous avons procédé pour une part par observation directe par immersion dans un groupe de visiteurs et par entretien semi-directif avec un visiteur ou un groupe de visiteurs.

Portant une attention toute particulière aux *différents espaces* ou lieux qui composent le site et à leurs vocations, nous avons pu appréhender le Mont comme lieu privilégié pour la formulation d'énoncés relevant de l'esthétique paysagère, au sujet de la baie conçue comme un « monument de nature ». Le système d'opposition traditionnel entre le haut, l'abbaye, monument historique et architectural (« la merveille ») et le bas, le village, bourg médiéval aux ruelles emplies de touristes et de boutiques (« les marchands du temple »), venant se surajouter à cette première mise en tension de l'espace.

Les enquêtes ont été distribuées en fonction de trois lieux, définissant un *parcours* : 1/ l'*approche*, vue depuis les parkings ; 2/ l'*ascension*, dans le village, par les rues commerçantes où se jouxent musées et boutiques de « souvenirs » ; 3/ *la visite de l'abbaye* (ou ne parvient qu'un tiers des visiteurs).

Type d'enquête	Nombre d'enquêtes réalisées
observation en immersion de visites guidées	6
échanges autour des visites conférences	2
enquête comparative en amont et en aval de la visite auprès de groupe constitués	12
le services des actions éducatives : les scolaires	2

l'exposition « Un Mont d'images » comme terrain

Dans le cadre de la Maîtrise des Sciences et Techniques « Métiers de l'exposition » dispensée à l'Université de Rennes II, un groupe d'une quinzaine d'étudiants a réalisé une exposition sur le thème de l'image du Mont-Saint-Michel et de sa baie, son évolution et le sens que produit cette image. Présentée de fin mai à fin septembre 1999 dans l'abbaye, l'exposition s'est donnée pour but d'explorer les différents vecteurs qu'emprunte l'image du Mont, des plus conventionnels aux plus insolites. La salle qui accueille l'exposition, située en fin du circuit de la visite de l'abbaye, a accueilli plusieurs milliers de visiteurs durant l'été.

Au delà de nombreuses notes et observations relevées durant l'expérience de l'exposition *en situation*, une trentaine d'enquêtes directes auprès du public de l'exposition ont été réalisées par les étudiants de la MST, encadrés par les chercheurs du LASAR.

Une urne, clôturant l'exposition et invitant les visiteurs à y déposer un commentaire (texte, dessin, sur un support de son choix) a permis de collecter plusieurs centaines de documents exprimant la diversité des relations esthétiques et des imaginaires esthétiques en jeu.

enquête auprès des personnes ressources

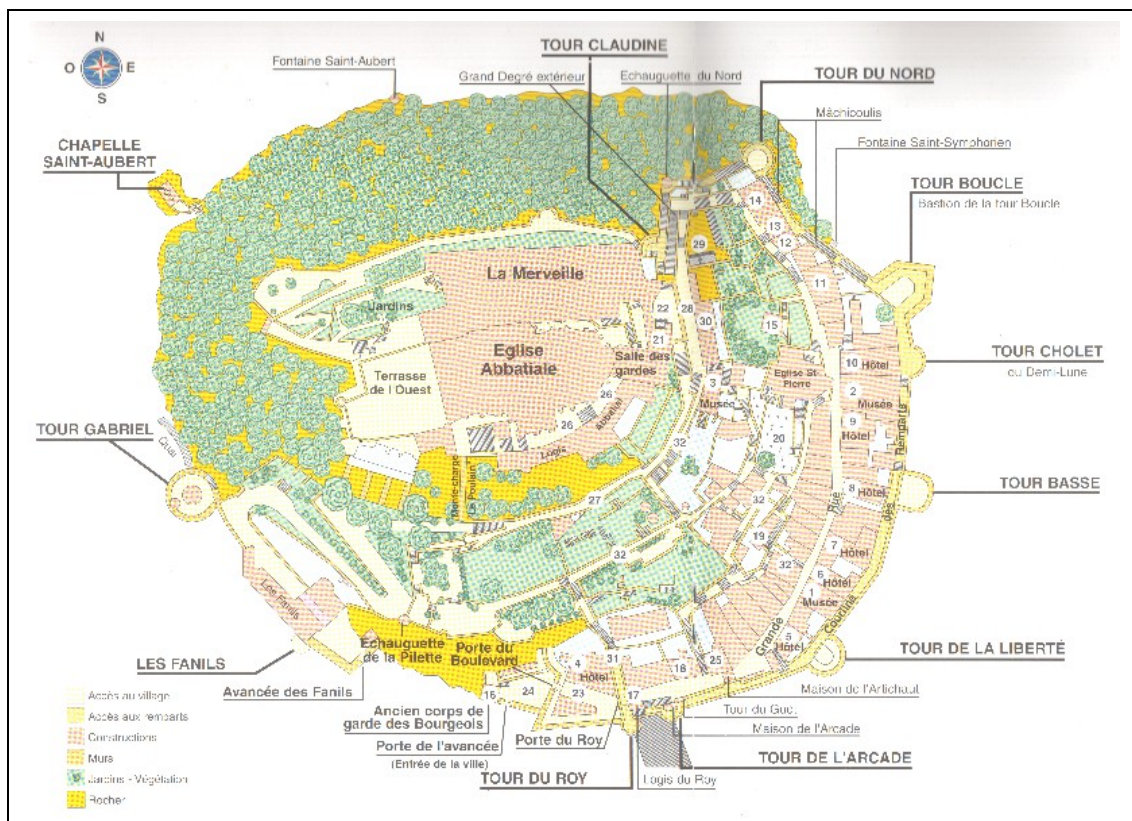
- personnel de l'abbaye : administrateur, adjoints techniques culturels, agents chefs agents de la surveillance et du magasinage (titre officiel des « guides »), caissières de l'abbaye, personnel du comptoir de vente (librairie) ;
- commune : maire et ses adjoints, garde champêtre, pompiers, gendarmes,
- service des actions éducatives : enseignants, secrétaires,

- secteur privé : commerçants, hôteliers, restaurateurs
- les moines de la communauté bénédictine, puis la nouvelle communauté monastique (les Fraternités Monastiques de Jérusalem).

Tels étaient les objectifs de l'équipe de recherche au moment de sa constitution et la réponse à l'appel d'offres de la Mission. Le travail que l'on lira ci-dessous est le résultat de ces objectifs ambitieux, la confrontation d'une tentative d'une ethnographie de la relation esthétique appliquée à un monument historique très fréquenté et porteurs d'enjeux multiples et complexes. Ces objectifs n'ont été réalisés que de manière partielle du fait du décès d'une des membres de l'équipe de recherche.

Ce rapport final se présente donc comme un ensemble de descriptions, d'analyses qui s'attache à cerner les multiples facettes des relations existantes entre le Mont Saint-Michel et ses publics, tant sous l'angle des dispositifs que des comportements et des attitudes.

Plan du site



II - La construction de la relation esthétique avant la visite : guides touristiques et cartes postales

Le Mont-Saint-Michel accueille des pèlerins depuis le Xe siècle et des voyageurs, visiteurs et touristes depuis plus d'un siècle : visite en 1836 de Victor Hugo, en 1874, le site est classé monument historique... La relation au site, que l'on soit ou non venu sur place ou que l'on en ait l'intention existe au moins de manière virtuelle tant le lieu et ses composantes sont déclinées et inscrites dans les mémoires collectives, mémoire officielle / étatique ou mémoire plus circonscrites et singulières des groupes sociaux particuliers, les mémoires familiales et individuelles ainsi que dans les supports oraux, visuels et matériels de ces différentes mémoires.

Le Mont-Saint-Michel est un lieu dont il est difficile de dire que " l'on en a jamais entendu parler " : tout d'abord en tant que lieu de pèlerinage inscrit dans des modes de sociabilité et de pratiques religieuses et également tant il a été progressivement réinventé puis arraisonné par l'activité touristique et ses constructions symboliques, reconstruit, re-présenté par les supports matériels mnémotechniques liés à la visite touristiques : guides de voyages, bibelots, cartes postales, vidéos, reportages journalistiques....

En un siècle et demi d'existence, les guides touristiques ont contribué à faire émerger une culture du voyage, en même temps que de nouvelles sensibilités se faisaient jour et que la révolution des modes de transports dans le sillage du chemin de fer puis de l'automobile changeaient les rapports à l'espace et au territoire. Comme le souligne Catherine Bertho-Lavenir, " *l'invention du monument historique est pratiquement contemporaine du chemin de fer* " ¹, ce qui peut signifier également que le Mont-Saint-Michel comme beaucoup d'autres territoires, qu'ils soient touristiques ou autres est appréhendé par les temporalités spécifiques induites par les moyens de transport, par l'hyper-mobilité urbaine.

Les guides touristiques une offre diversifiée selon les publics

L'offre éditoriale en matière de guides touristiques est structurée en fonction des lectorats et de leurs sensibilités réelles ou supposées et des pratiques ou des manières de voyager : voyage culturel, gastronomique, patrimonial, petit budget, tourisme vert... Comme le souligne André Rauch, " *les guides ont normalisé le temps du voyage sur de nouvelles bases de consommations touristiques : en créant des séries de jouissances, correspondant aux goûts des amateurs, ils ont cultivé des demandes qu'ils ont suscitées. La réforme des Guides bleus en 1975 peut servir de signal révélateur au changement : finis les voyages avec un manuel érudit où la découverte d'un site s'est fossilisée dans un passé à la visite déjà standardisée.* " ²

Les guides participent à la construction de la relation aux lieux, leur affectent un sens, définissent ce qui est visitable ou ce qui ne l'est pas : ils coproduisent la relation esthétique

¹ Catherine Bertho-Lavenir, « l'économie du voyage et le monument » in *L'abus monumental*, actes des entretiens du patrimoine 1998, coédition Fayard / éditions du patrimoine, 1999.

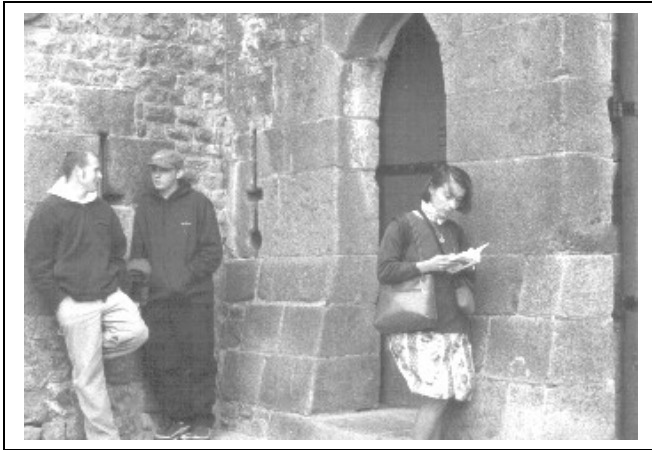
² André Rauch, « Du guide bleu au routard : métamorphoses touristiques » in *Revue des sciences sociales de la France de l'Est*, 1997, n° 24.

aux sites, en amont ou in situ, au même titre que la sensibilité propre du lecteur / visiteur, ses souvenirs familiaux, ses pratiques culturelles et professionnelles.

On peut noter que certains guides anticipent par avance la déception de certains visiteurs quant à l'agitation commerciale et mercantile qui règne dans la Grande rue : si le *Guide Vert* (Michelin) condamne le mordant de l'activité commerciale, d'autres guides expliquent que cette activité date du Moyen Age... Plus qu'une activité lucrative, l'activité commerciale pourrait ainsi être comprise comme une survivance ou un prolongement.

Entre guide touristique et carnet intime : le *Cahier du Mont-Saint-Michel*

Le *Cahier du Mont-Saint-Michel* fait partie d'une collection de livres consacré aux régions et à des thèmes (Alsace, nature ; Bretagne....) édités par les éditions du *Garde-Temps*. Ces livres



sont des intermédiaires entre guide et cahier : nombreuses pages libres, examen rapide des principaux intérêts du site ou de la région, mélange entre photographie et aquarelle, dessins.... Pas de renseignements pratiques à proprement parler (restaurants, prix, hébergement, trajet), mais plutôt quelques mots pour guider le visiteur. Seuls quelques traits " légendaires " sont mentionnés : la bataille entre la terre et la mer autour

du Mont, les couleurs du temps et des bâtiments, les maisons, l'archange, l'omelette de la Mère Poulard (avec ce commentaire prêté à un enfant : " avec un nom pareil, la Mère Poulard ne pouvait faire que des omelettes "), les moutons de pré salé, les souvenirs....

Ce cahier est significatif de la relation au site et au territoire de ses auteurs ou de la ligne éditoriale de la collection. Avec ce cahier , d'autres relations esthétiques se tisseront, entre les lecteurs et le site : il tente de faire du lecteur / promeneur le propre « acteur » de sa démarche de découverte et d'appropriation du territoire . Comme tous les autres cahiers de la collection, il contient un signe ou une trace de l'endroit dans un petit sachet plastique transparent inséré dans la couverture : dans le cas du *Cahier du Mont*, quelques grammes de tange grise sont insérés dans les deux feuilles de plastique qui bouge avec la couverture du cahier.

Le discours des *Guides Verts* (Michelin) sur le Mont Saint-Michel : analyse comparative sur trois éditions (Bretagne, 1962, Normandie Cotentin, 1994, Bretagne,

édition	1962 Bretagne	1994 Normandie Cotentin	2000 Bretagne
Introduction	<p>« <i>Le Mont Saint-Michel, îlot solitaire au milieu des sables, prend place parmi les grandes curiosités françaises de renommée mondiale. Par ses origines, par la personnalité de ses abbés et de ses défenseurs, la « merveille de l'Occident » doit être considérée comme un des hauts-lieux de France »</i></p>	<p>« <i>Par l'originalité de son site, la richesse de son histoire, la beauté de son architecture, le Mont Saint-Michel, la « Merveille de l'Occident »</i>, laisse aux visiteurs un souvenir impérissable. Hors des moments de grande affluence, le charme qui s'en dégage notamment à l'aube et à la tombée du jour, est encore plus saisissant »</p>	<p>« <i>Pourquoi le Mont Saint-Michel fascine-t-il autant ? Certainement parce qu'au delà de la beauté de son architecture et de la richesse de son histoire, un mystère s'en dégage, lié au rythme des marées, à la tombée du jour, au cri des mouettes rieuses, au sable mélangé à l'herbu... On ne peut prendre la mesure de l'immensité sauvage qui l'entoure. Le rocher et la baie ne font qu'un. C'est la raison pour laquelle l'un comme l'autre sont classés par l'Unesco comme « sites du Patrimoine mondial »</i></p>
Plan et titres des rubriques	<p>« Un peu de géographie » « un peu d'histoire » (pèlerinages, décadence de l'abbaye) « Les étapes de la construction » « Principales curiosités » : la montée à l'abbaye, Gande-Rue, l'abbaye, autres curiosités</p>	<p>« Un peu de géographie » « Un peu d'histoire » « L'abbaye » « La ville » (les remparts, la Grande-Rue)</p>	<p>Situation, le nom, les gens « Comprendre » (pèlerinages, de l'abbaye à la prison, étapes de la construction) « Se promener » (le bourg) « carnet d'adresses » « L'omelette de la Mère Poulard » « visiter » (l'abbaye,</p>

Du touriste « érudit » à la « soif de découvertes »

Ces introductions au voyage produites sur une durée de quarante années sont à comparer avec la préface d'un guide touristique de 1920 :

« Nous disons « voir » et non pas « visiter ». Visiter est vite fait et relativement facile. Voir demande du temps, de l'application, une méthode. Or, on ne « visite » pas une Merveille, on ne « visite » pas la Merveille de l'Occident qu'est le Mont Saint-Michel. Il faut la « voir » ; il faut la comprendre, en saisir toute l'âme. Pour y réussir, s'orienter est indispensable. Connaître la situation géographique et, sommairement, la constitution géologique du Mont Saint-Michel, son régime climatérique et même, un peu, la vie et les mœurs de ses habitants... impose une étude préalable. Un résumé rapide et précis de son histoire n'est pas moins nécessaire. Après quoi, l'on peut fructueusement, guide en mains, repaître sa curiosité du spectacle des choses toujours vivantes du passé mort et voir vraiment à loisir et en détail, les merveilles de nature et d'art accumulées au Mont Saint-Michel »³.

Le guide de 1962 et sa tonalité indique ce que doit être la sensibilité du ou des touristes au monument, à ses formes, à son histoire et à sa signification. Il est ainsi écrit à propos de la Merveille :

« A l'intérieur, le moins archéologue des touristes se rendra compte de l'évolution accomplie par le gothique depuis la simplicité, encore presque romane, des salles basses jusqu'au chef d'œuvre de finesse, de légèreté et de goût, qu'est le cloître ; en passant par l'élégance de la salle des Hôtes, la majesté de la salle des Chevaliers et la luminosité mystérieuse du réfectoire »⁴

L'édition de 1994 maintient cette allusion sur ce que doit être un touriste, et l'importance de la maîtrise de notions d'histoire, d'histoire de l'art, d'archéologie et de géographie dans l'appréhension du monument. L'édition 2000 supprime cette obligation faite au touriste en écrivant :

« A l'intérieur, on se rendra compte de l'évolution accomplie par le gothique depuis la simplicité, encore presque romane, des salles basses jusqu'au chef d'œuvre de finesse et de goût qu'est le cloître, en passant par l'élégance de la salle des Hôtes, la majesté de la salle des Chevaliers et la luminosité mystérieuse du Réfectoire »⁵.

Le « devoir être » du touriste, tel que le *Guide Vert* l'entend s'est métamorphosé : les rubriques « un peu d'histoire », « un peu de géographie » et « Curiosités » ont été remplacées par « Comprendre », « Se promener », « Visiter ».

Le bagage minimal en histoire de l'art et architecture, tel que le contiennent les éditions 1962 et 1994 du *Guide Vert*, avec notamment le lexique des « termes d'art employés dans ce

³ *Le Mont Saint-Michel*, Pierre Lethielleux libraire éditeur, Paris, 1920, p. 5.

⁴ *Guide Vert Michelin, Bretagne*, p. 134, 1962.

⁵ *Guide Vert Michelin, Bretagne*, p. 264, 2000.

guide », s'est mué en « ABC d'architecture » avec des dessins aquarellés. L'érudition, à la fois bagage nécessaire et en construction dans l'acte touristique, semble avoir fait place à « l'esprit de découverte », comme le souligne le rédacteur en chef du *Guide Vert* en 2000.

Le *Guide Vert* et les marchands de souvenirs : continuité et rupture

L'édition de 1962, lue aujourd'hui pourrait éventuellement s'appliquer à la situation actuelle :

« Les pèlerins affluent au Mont, même pendant la guerre de Cent Ans.(....). On voit arriver pêle-mêle, des nobles, de riches bourgeois et des gueux qui vivent d'aumônes pendant leur voyage et sont hébergés gratuitement par les moines, à l'Aumônerie. Des auberges se sont groupées autour de l'abbaye pour recevoir les pèlerins aisés. L'abbé doit prendre des mesures draconiennes pour tempérer le racolage des clients par les « pisteurs » de ces établissements et aussi contre les voleurs à la tire qui profitent de l'affluence pour exploier les bourses »⁶.

Le discours tenu sur la Grande Rue et les marchands de souvenirs est le même entre les éditions de 1962 et de 1994 :

«Etroite, en montée, bordée de maisons anciennes (15^e – 16^e s.), et coupée de marches à son sommet, elle est pittoresque, animée et extraordinairement encombrée pendant la saison. Les étalages de marchands de souvenirs l'envahissent. Le touriste indulgent pourra s'imaginer que, même à l'époque des plus fervents pèlerinages, au moyen âge, cette industrie locale faisait preuve d'un égal mordant »⁷.

L'édition 2000 maintient la continuité entre le présent et le passé, mais fait apparaître le déploiement de l'anecdotique et du spectaculaire, dans l'appréhension du Mont :

« Etroite et en montée, la Grande Rue est bordée de maisons anciennes (15^e – 16^e s.) dont plusieurs ont gardé leur nom d'antan, Le Logis Saint-Etienne, le Vieux Logis, la Sirène, la Truie-qui-file. Coupée de marches à son sommet, elle est extrêmement animée et encombrée pendant la saison : les étalages de marchands de souvenirs l'envahissent, ni plus ni moins d'ailleurs qu'à l'époque des plus fervents pèlerinages au Moyen Âge. C'est dans la Grande Rue que se trouve le restaurant de la Mère Poulard où, du monde entier, les gens viennent pour manger la fameuse omelette »⁸.

Le récit touristique vient prendre sa place, dans l'appréhension du Mont, dans la construction du Mont. L'édition 2000 du *Guide Vert* rompt avec l'organisation linéaire des précédentes éditions, organisée selon le déroulement suivant : histoire et / ou géographie, curiosités, pour adopter des séquences plus souples, plus abondamment illustrées, avec des encadrés, portant sur des points particuliers ou anecdotiques : « le Couesnon », « et aujourd'hui » (précisions sur la présence monastique actuelle), « d'Est en Ouest (orientation des bâtiments), « le Mont des années 2000 » (projet d'aménagement), « Saint-Michel Montjoie » (cri de ralliement de

⁶ Op. cit., 1962, p. 131.

⁷ Op. cit., 1962, p. 133.

⁸ Op. cit., 2000, p. 261.

Jeanne d'Arc), « L'omelette de la Mère Poulard », petits encadrés précisant des termes d'architecture lors de la visite de l'abbaye, « La marée au Mont ».

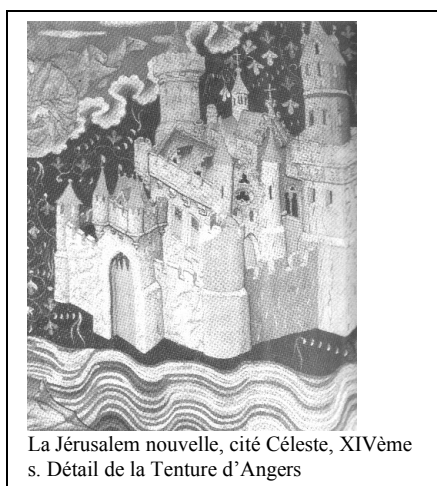
Le « nouveau » *Guide Vert* se rapproche quelque peu des nouveaux guides Gallimard, eux mêmes assez proches de la collection « Découvertes », chez le même éditeur. La visualisation semble prendre le pas sur le texte.

Il est également remarquable que les musées privés du Mont mentionnés ont changé d'une édition à l'autre : dans l'édition de 1962, les quatre musées sont indiqués. Il ne sont plus que deux, l'Archéoscope et le Logis Tiphaigne, dans l'édition 2000. Aucun de ces établissements n'est par contre mentionné dans le Guide Gallimard consacré à la Côte d'Emeraude (du Mont Saint-Michel au cap Fréhel), et qui comprend un chapitre sur le Mont. Ce qui est « montrable », perceptible ou non varie donc d'un guide à l'autre.

III - Religion, religiosité

Des bénédictins aux Fraternités Monastiques de Jérusalem : un nouveau regard religieux porté sur le Mont Saint-Michel

Le remplacement de la petite communauté bénédictine (aujourd'hui dissoute) par les *Fraternités Monastiques de Jérusalem* introduit un nouveau regard, porté par un ordre religieux beaucoup plus récent que l'ordre bénédictin, dont la présence millénaire au Mont avait été célébrée en 1969, célébration qui avait été l'occasion du retour des moines, après l'interruption liée à la Révolution ; les Fraternités Monastiques de Jérusalem ont été fondées en 1975, par Pierre-Marie Delfieu.



« Pierre Marie Delfieu est notre fondateur, et la spécificité de notre ordre, c'est de vouloir vivre sa vocation monastique au milieu des grandes mégapoles. Pierre Marie Delfieu, cela vous intéressera sûrement a fait des études de théologie et de sociologie, en 1965. Il remarquait l'émergence et la mutation de l'habitat de l'homme, qui quitte la campagne pour s'installer en ville, dans les mégapoles. Dans l'image d'Epinal on voit souvent le moine à la campagne, dans les solitudes, eh bien les moines du XXI e siècle seront dans les

mégapoles. L'important c'est le souci de l'homme. »⁹

⁹ Entretien avec Frère François, responsable de la communauté des Fraternités Monastiques de Jérusalem, mars 2002.

Pour Frère François, qui n'était jamais venu au Mont Saint-Michel auparavant, le « *Mont Saint-Michel est quelque part une réincarnation de la Jérusalem céleste* », c'est un lieu qui bénéficie d'un charisme particulier, au service de la transmission de la foi. Selon le *Dictionnaire culturel du christianisme*, un charisme est un « *don spirituel ou temporel accordé par Dieu à tout chrétien en fonction de sa vocation et en vue de la croissance de l'Eglise* »¹⁰.

Et Jérusalem, pour Frère François :

« Eh bien, c'est la reine des villes, la ville sainte, la ville du temple, où dieu est présent, , dans l'ancien Testament., dans le nouveau Testament., c'est la ville où Jésus vient, où il a souffert, il a enseigné, où il a été crucifié, où il est ressuscité, la ville de la Pentecôte, du Cénacle... dans l'apocalypse de Jean (21), la Jérusalem nouvelle, c'est la ville qui descend du ciel, la cité ».

Le regard porté sur le lieu, que l'on peut résumer par la formule, « le Mont comme ville en mouvement » est plus distancié que le jugement porté par le responsable de l'ancienne communauté bénédictine, André Fournier, devenu recteur du sanctuaire, et aujourd'hui au service de l'église paroissiale du Mont.

Lors de l'installation des nouveaux moines, en juin 2001, Pierre-Marie Delfieux prieur général des Fraternités Monastiques de Jérusalem parlait du Mont comme

*« d'une ville en ttinérance, une mégapole des temps modernes. Nous vivrons au cœur de cette transhumance »*¹¹

Frère François ne se dit pas choqué par l'exploitation commerciale du moyen âge et de la figure du moine sous ses différentes facettes telle qu'elle est faite par les commerces de souvenirs

« J'en ai pris mon parti, c'est inévitable, il y a une demande pour ces choses, ça plait mais c'est une réaction toute personnelle, je suis laxiste mais.... Je n'ai visité aucun commerce ni musée. »

Les propos de Pierre-Marie Delfieux comme ceux de Frère François dénotent une appréciation nuancée, qui tente de concilier flux touristiques de masse et présence religieuse contemporaine.

Vocation religieuse du Mont et relation esthétique : entre la religion comme mémoire et l'esthétique du parc d'attractions

Le Mont Saint-Michel fait aujourd'hui l'objet d'un usage religieux minoritaire, articulant pèlerinages, rencontres avec la communauté monastique, messes dans l'église paroissiale, dans l'église abbatiale (du 20 juin au 20 septembre) et à Notre-Dame-sous-terre hors saison.

¹⁰ Article « Charisme », in *Dictionnaire culturel du christianisme*, Lemaître N., Quinson M.T., Sot V., Cerf / Nathan, 1994, p. 74.

¹¹ Lerosier Jean-Jacques, « Les nouveaux moines du Mont à pied d'œuvre », *Ouest-France*, samedi 23 juin 2001.

Cet usage doit co-exister avec les pratiques touristiques de masse, leurs dispositifs, leurs temporalités, leurs flux et leurs rapports différenciés au sens du lieu.

Cette relation spécifique au lieu et à leur histoire, minoritaire est parfois sur la défensive, de la part de ceux qui en sont les acteurs, comme Louis Malle, guide et passeur : « *le touriste n'a pas de consistance, il est pressé, aveugle et sourd. Pour moi chacun est un pèlerin, c'est à dire quelqu'un qui voyage, marche, aime respirer l'air marin, ouvre les yeux, écoute, touche la pierre, sent les parfums; goûte le silence: une âme qui se laisse émouvoir* »¹².

L'expérience de la traversée de la baie à pied, le plus souvent sous la conduite d'un guide, cristallise et sédimente un mode d'appropriation, d'interprétation et de la relation au sens du lieu à l'antinomie de l'automobile, puisqu'elle engage le corps. A la fois « traversée de la mer rouge » et « expérience du désert », la traversée de la baie vers le Mont, dans le cadre des pèlerinages de mars à septembre, replace le visiteur dans la topographie légendaire et symbolique du christianisme. Certains de ces pèlerins refuseront de se muer en touristes, repartant aussitôt leur périple accompli, ne daignant pas arpenter la Grande Rue et ses boutiques, désignés comme les « marchands du Temple ». D'autres, de pèlerins deviendront touristes.

Selon le recteur du sanctuaire, le rapport des visiteurs au site a changé : « *c'est à la fois plus et moins spirituel. D'un côté, on assiste à un regain des pèlerinages, de l'autre à une déchristianisation des visiteurs.... bien des gens ne savent pas où ils sont* »¹³.

Pour autant, au delà des personnes et des groupes engagés dans la pratique religieuse régulière, la vocation religieuse du site, inscrite dans ses formes, semble réveiller la pratique religieuse de certains visiteurs. Ainsi selon Frère François, « *certaines visiteurs, arrivant pendant l'office (dans l'église abbatiale) se souviennent qu'ils sont chrétiens, arrêtent leur visitophone¹⁴ et participent à la célébration avec nous* »¹⁵. Ainsi, pour certains visiteurs et groupes de visiteurs, la religion comme mémoire, dont parlait Maurice Halbwachs¹⁶, comme mémoire mobilisée pendant la visite, permet d'interpréter le lieu.

Le pèlerinage comme « chronotope »

Mikhail Bakhtine, théoricien russe du roman et des formes littéraires, a importé le concept de chronotope issu de la théorie de la relativité d'Einstein, dans la théorie littéraire : « *nous appellerons chronotope, ce qui se traduit littéralement, par « temps espace » : la corrélation essentielle des rapports spatio-temporels, telle qu'elle a été assimilée par la littérature* »¹⁷.

¹² Malle Louis, *Un pèlerinage au Mont Saint-Michel*, Les éditions de l'Atelier, 2000, Paris, p. 7.

¹³ Fournier André, « Un renouveau du spirituel » Ouest-France Dimanche, 30 juillet 2000.

¹⁴ Désigne de manière ironique le « baladeur » audio et son programme prêté par Centre des Monuments Nationaux qui permet de faire une visite guidée sans guide.

¹⁵ Entretien, mars 2002.

¹⁶ Halbwachs Maurice, *La topographie légendaire des évangiles en terre sainte, étude de mémoire collective*, PUF, 1941.

¹⁷ Bakhtine Mikhail, « Formes du temps et du chronotope dans le roman (essais de poétique historique) » in *Esthétique et théorie du roman*, Gallimard 1987, première édition russe 1925, p. 237.

Bakhtine emploie le terme comme une métaphore, « qui exprime l'indissolubilité du temps et de l'espace », et c'est dans ce cadre que nous comptons également l'employer.

Le pèlerinage au Mont nous apparaît comme un temps espace, un parcours, dans un paysage concret, mais aussi culturel et métaphorique qui a été à la source de nombreuses catégories de perception esthétique du site. Cette source de catégories de perception, est tout comme l'usage religieux du lieu, minoritaire dans l'ensemble des pratiques sociales articulées autour du lieu et de ses différentes composantes.

Cependant, même si elle est minoritaire, elle est présente, voire démultipliée par la mention de cet aspect de l'histoire du Mont dans l'ensemble des publications touristiques, culturelles ou patrimoniales. L'histoire des pèlerinages et la vocation religieuse du Mont ont construit une configuration à la fois matérielle et sémantique à la source de catégorisations esthétiques, dans l'appréhension sédimentée du Mont. Cette esthétique est inscrite dans un ensemble de pratiques ; la désinscription des pratiques et la désincarcération des catégories sources de l'esthétique laisse entrevoir un ensemble de décalages et de porte à faux dans les modes de construction du Mont.

Le pèlerinage est un temps espace et un temps projet :

« Faire un pèlerinage, ce n'est pas seulement visiter un haut lieu de l'histoire religieuse. C'est accepter d'entrer dans une démarche intérieure qui exige une vraie disponibilité pour se mettre à l'écoute, par l'intercession d'un saint ou de Marie, de Celui qui a pris notre humanité jusque dans ses difficultés les plus ultimes : la souffrance et la mort, pour nous ouvrir au bonheur de la Vie avec et en Dieu. Notre ambition est de vous aider sur cette route. Elle se compose de plusieurs étapes, qu'on ne peut sauter sans risque de perdre une composante essentielle de cette marche vers l'Archange de lumière »¹⁸

La traversée de la baie, dans les représentations de l'histoire biblique, peut être lue à la fois comme la traversée de la mer rouge, l'épreuve du désert et l'arrivée vers la Jérusalem céleste, la ville qui descend du ciel, pour reprendre certains éléments issus des entretiens.

Comme l'écrit Alain Corbin,

« l'interprétation de la Bible, notamment celle de la Genèse, des Psaumes et du Livre de Job, marque profondément les représentations de la mer. Le récit de la création et celui du déluge colorent chacun de traits spécifiques l'imaginaire collectif. La Genèse impose la vision du « Grand Abyrne », lieu de mystères insondables ; masse liquide sans repères, image de l'infini, de l'insaisissable sur laquelle, à l'aube de la création, flottait l'esprit de Dieu. Cette étendue palpitante, qui symbolise, mieux que constitue l'inconnaissable est en soi terrible. Il n'y a pas de mer dans le jardin d'Eden. L'horizon liquide à la surface duquel l'œil se perd ne peut s'intégrer au paysage clos du paradis. Vouloir pénétrer les mystères de l'océan, c'est frôler le sacrilège, comme vouloir percer l'insondable nature divine »¹⁹

La baie et sa traversée peuvent faire écho à de nombreux éléments contenus dans la bible :

¹⁸ Fournier André, *Le Livret du Pèlerin, Le Sanctuaire de l'Archange Michel*, Editions Benedictines, 2001, p.

¹⁹ Corbin Alain, *Le territoire du vide l'occident et le désir de rivage 1750-1840*, Aubier, 1988, édition Champs Flammarion, p. 12.

la traversée de Noé et de son arche, la traversée libératrice de la mer rouge par les hébreux lors de la fuite d'Égypte, l'aventure maritime de Jonas, le psaume 107 qui évoque la peur de la mer, les passages répétés de Jésus d'une rive de la mer de Tibériade à l'autre (Matthieu, 16, 5), les marches de Jésus sur les eaux.

La topographie légendaire du christianisme qui émerge ici penche plutôt vers l'ancien testament que vers le nouveau, à la différence par exemple du pèlerinage aux sept églises de Rome, mis en place par Philippe Néri, et qui recrée de manière symbolique le chemin de croix²⁰.

L'expérience de la traversée comme pèlerin ou comme randonneur semble à la source consciente ou inconsciente de la construction d'un ensemble de catégorisations et de sentiments qui sont aujourd'hui co-existants à d'autres modes d'appréhension et de catégorisation.

« Pour bien comprendre le Mont Saint-Michel et son histoire, le pèlerin, comme le touriste, doit savoir que ce lieu a été voulu pour être une louange à Dieu. Celui qui ne saisit pas cela ne peut comprendre le sens de cette étonnante construction. Ce sont des moines, hommes de prière, de travail et d'accueil qui l'ont voulu telle. La prière est la tâche essentielle du moine. C'est pourquoi le silence s'impose dans le monastère. Cela explique qu'on ait choisi ce lieu à l'origine totalement isolé du monde, par la forêt ou par la mer »²¹.

L'espace temps de la traversée par les grèves redonne à l'expression « Saint-Michel au péril de la mer » le sens d'un ensemble d'expériences. Cette lecture du sens du lieu s'oppose à la lecture patrimoniale, dans sa version savante ou plus répandue, du Mont comme prouesse technique ou architecturale, dont la pérennité inscrite dans les pierres défie le temps.

Il apparaît que l'interprétation religieuse du Mont et la relation esthétique qui s'y noue soient une vérité en émergence, une vérité d'après l'épreuve de la traversée et de l'interrogation sur soi comme l'indiquait dans la préface à la publication officielle diffusée le diocèse de Coutances, *Touriste et pèlerin au Mont Saint-Michel* :

« Touriste ou pèlerin ? Les mots ne sont pas si opposés qu'il n'y paraît. Tous les voyages que nous faisons sur les rivages des mondes sans fin ne sont, peut-être, que les inscriptions dans l'espace extérieur de ce long pèlerinage à la vérité de soi-même. Voyager, c'est chercher un pays, son pays. C'est tenter de retrouver partout le royaume dont l'homme a été exilé et pour quoi il est fait. Cette terre intérieure où surgit l'âme profonde, ce monde mystérieux où il part au secret des hommes et des choses et où sa vérité émerge lentement, comme le Mont lui-même émerge de la mer. Voyager, pèleriner, c'est aller où tout est nouveau, et où nous pouvons, nous aussi être renouvelés »²²

²⁰ Boiteux Martine, « Espace urbain, rites et symboles » in Hinard François et Royo Marcel (eds.) *Rome l'espace urbain et ses représentations*, Presses de l'Université de Paris-Sorbonne, 1991.

²¹ Père Renard, *Touriste et pèlerin au Mont Saint-Michel*, CIF éditions, Sainte-Maxime, 1993, p. 12.

²² Lerivray Bernard, préface, in *Touriste et pèlerin au Mont Saint-Michel*, op. cit., p. 4.

Le temps espace du pèlerinage contemporain se décline dans les publications de l'Eglise comme rythmé par des verbes : « Partir », « traverser », « arriver », « louer », « appeler », « découvrir », « repartir ».

La découverte progressive du Mont, en arrivant à pied par les grèves induit une temporalité de la relation esthétique qui se différencie d'une découverte rapide ou pressée. Plusieurs registres de temps au sein du temps espace de la traversée se conjuguent ou s'excluent en fonction de différents facteurs : facteurs météorologiques, affectifs....

Le néopèlerinage, entre nature, mémoire religieuse et histoire sociale

Voilà moins d'une décennie que de nouvelles formes de pratiques sociales rappelant plus ou moins la forme ancienne des pèlerinages religieux ont vu le jour, au travers de la reprise des chemins de Saint-Jacques notamment, et pour ce qui nous concerne, entre les rives de la baie et l'abbaye du Mont-saint-Michel. Le développement de ces pratiques peut aisément être rapporté au formidable essor qu'a connu la randonnée pédestre durant la même période de temps, et la volonté largement exprimée de ne pas rompre avec le sol, la lenteur, le contact avec les choses mêmes, et bien plus encore de dimensions essentielles et ontologiques que met en jeu la marche à pied.

Le développement concomitant des « itinéraires du patrimoine », dans lesquels la randonnée trouve un sens heuristique, ludique et esthétique, guidant le marcheur visiteur vers des centres d'intérêts monumentaux ou historiques, a sans aucun doute rencontré dans le Mont et sa baie un terrain dont la richesse n'a eu d'égal que l'originalité et la beauté. Ressource inépuisable pour des parcours découvertes, la traversée des « grèves » permet de mettre ne scène une nature tantôt laïcisée (l'écosystème des herbues, le phénomène des marées), tantôt réenchântée (du chaos biblique à la mystique forêt de Sissy), dont l'investissement des pouvoirs publics pour qu'elle garde son « caractère maritime » renforce la légitimité. A cette dimension naturelle, s'articule celle du patrimoine historique à caractère religieux ou social, pris dans sa double définition documentaire et monumentale. Les très nombreuses traces historiques que contiennent la grande baie et le Mont sont alors inscrites, à différents niveaux, dans le cadre des parcours ainsi constitués, avec une plus ou moins grande latitude pour le visiteur selon de degré d'organisation auquel il est soumis. Du patrimoine vernaculaire au « patrimoine de l'humanité », l'ensemble des objets à caractère patrimonial se trouve ainsi ressaisi dans le cadre d'une économie patrimoniale locale multiforme et complexe. Mais il demeure remarquable qu'au delà de la diversité des modalités de ces néopèlerinages qui conduisent inéluctablement à l'abbaye, en passant par la traversée de la baie à pied, la mémoire religieuse des pèlerins du Moyen Age qui se livraient au rituel de purification constitue, là encore à différents degrés, une toile de fond sémantique qui oriente, en partie au moins, ces nouvelles pratiques. Nous proposons de passer en revue ces dernières au travers de quelques exemples.

Le pèlerinage religieux

Bien que par sa situation, ce rocher ait fasciné les habitants de la baie depuis la nuit des temps, ce n'est qu'au VIII^e siècle que commencèrent les pèlerinages après qu'Aubert, évêque d'Avranches, ait consacré une première église suite à la « demande » de Saint-Michel.

Originaire d'Orient, le culte de l'Archange s'est d'abord développé en Italie, à Rome et surtout au Mont Gargan, dans les Pouilles. Selon F. Saint-James, conférencier à l'abbaye et détaché par les Monuments historiques, « *le succès du sanctuaire normand, quatrième des grands centres de pèlerinage de l'Occident médiéval, est né de la rencontre de deux énigmes : celle de la Baie où se joue chaque jour le mystère de la création, et celle de l'Archange dont le nom signifie qui est comme Dieu* ».

Saint Michel permet donc, du point de vue du pèlerinage religieux, le passage vers l'au-delà, symbolisé ici par la traversée des grèves découvertes par la mer. Mais l'archange symbolise également celui qui, à la tête des armées du ciel, combat Satan et pèse sur les âmes le jour du jugement. Les pèlerins originels, en se rendant au pied de l'archange, allaient à la rencontre de l'ange protecteur : « *Ils furent nombreux au Moyen Age, décidés à chercher l'éternité sur les chemins du Paradis, qu'on appelait « chemins montois », cheminant de ville en ville, d'abbaye en abbaye, à travers toute l'Europe, accueillis par les moines qui suivaient la règle de Saint benoît* », poursuit l'historien, « *des moines bénédictins installés en 966 par le duc de Normandie qui surent très vite détourner les pèlerins se dirigeant au Mont Gargan pour les ramener vers le sanctuaire normand* ». Après la guerre de cent ans, Saint Michel fera figure de « sauveur national » et son culte disparaîtra au profit de celui de la Vierge instauré par Louis XIII.



Cependant, peu de traces écrites existent au sujet de la vie des pèlerins du Moyen Age lesquels pourtant racontaient leur voyage à qui voulait bien l'entendre. Plusieurs milliers parcouraient les routes d'Europe et les chemins montois à l'apogée du pèlerinage, au XIV^e siècle. Nous retiendrons toutefois la diversité des raisons qui les poussaient à accomplir ce voyage initiatique : certains partaient en profession de foi, pour sauver leur âme, d'autres optaient

pour un pèlerinage « judiciaire », dans le but de réparer une faute. S'ils revenaient vivants, Dieu les avaient pardonnés. On partait aussi pour remplacer celui qui n'avait pu se joindre à la marche. Il arrivait aussi que le pèlerin marche pour un défunt qui le lui avait demandé dans son testament. Si ces motifs ont aujourd'hui cédés la place à des raisons religieuses moins profondes et plus individuelles, depuis le désenchantement du monde, il n'en demeure pas moins l'efficacité esthétique-symbolique de la traversée. En effet, le pèlerin arrivant pour la première fois sur les rives de la baie est toujours saisi par cette perspective de la terre promise devenue accessible alors que la mer s'ouvre devant lui. Même rationalisée par l'explication du phénomène des marées, l'expérience du retrait de la mer, qui finit par disparaître totalement à l'horizon lors des forts coefficients, mobilise un imaginaire collectif encore bien vivant en intégrant de nombreux éléments symboliques qu'Henry Decaëns, conférencier au Mont, résume par « l'eau du baptême au péril de la mer ». La symbolique de la traversée s'articule ensuite à celle de l'ascension vers l'archange qui attend le pèlerin une fois arrivé au Mont.

L'organisation actuelle, par des organismes religieux de nombreux pays d'Europe, de pèlerinages vers le Mont-saint-Michel témoigne d'une volonté de retrouver la dimension

territoriale de cette pratique et donne à l'Église le moyen de ressourcer sa légitimité et sa vocation universaliste, à l'instar des grandes manifestations internationales de jeunesse. Venant de Belgique (l'hôtel de ville de Bruxelles est surmonté de la statue de l'Archange), d'Allemagne, d'Écosse, du Pays de Galle, d'Irlande ou d'Angleterre, les néopèlerins sillonnent de nouveau les chemins montois, passant par le carrefour de la Rue Saint Jacques et du Boulevard Saint Michel du quartier latin. En 1999 un pèlerinage de dix jours, depuis l'Angleterre, a ainsi été organisé à l'initiative du Comté du Hampshire, en présence de l'évêque de Winchester. La Communauté Européenne, en participant au financement de l'initiative de réhabilitation des chemins de l'Association des chemins du Mont-Saint-Michel, corrobore à son tour, du point de vue des autorités politiques laïques, la volonté de renouer avec la dimension territoriale du pèlerinage en lui redonnant une vocation internationale.

Marie-Paule Labéy, Présidente de l'association susmentionnée, soulignait dans une interview donnée au journal Ouest-France l'inscription de sa démarche dans le droit fil des itinéraires culturels européens mis en place par le Conseil de l'Europe en 1987 : « *Le thème du pèlerinage n'est-il pas une excellente illustration de ce rapprochement entre individus, à la lumière de ces milliers de pèlerins marchant dans un même esprit vers Jérusalem, Rome, Saint-Jacques de Compostelle ou le Mont-Saint-Michel ?* ». Du pèlerinage comme métaphore d'un nouvel esprit communautaire et universaliste, moteur du mouvement de l'histoire, que pourrait constituer l'Europe.

S'il ne fait aucun doute que la mémoire collective du pèlerinage au Mont n'a pas disparu totalement et qu'elle peut, à tout moment, être réactivée à partir de son sens originel et en intégrant des éléments du présent, la mémoire religieuse est essentiellement devenue mémoire sociale (ou encore historique) pour la majeure partie des visiteurs ou voyageurs auxquels nous nous sommes intéressés.

Le pèlerinage historique et patrimonial : un territoire de la mémoire

La ville d'Avranches expose chaque été dans sa bibliothèque des manuscrits hérités des moines copistes du Mont-saint-Michel du Moyen Âge, du X^e au XV^e siècle. Ils constituent l'un des très nombreux témoignages de l'activité monastique et de la vie religieuse de l'époque, déposés, depuis la Révolution Française, hors du Mont. Jugés comme étant de pures merveilles de calligraphie et d'enluminure, ces quelques 200 manuscrits et incunables font désormais partie des ces passages obligés qui relient le Mont et le monde du continent. Propriété inaliénable de l'État, ils sont entourés d'une aura réservée aux œuvres d'art des grands musées, exposés à tour de rôle afin, explique J.-L. Leservoisier, conservateur des lieux, « *d'attiser la curiosité et de protéger de la lumière les manuscrits sortis de leur coffre-fort* ». Un public hétérogène se presse autour des œuvres présentées (une trentaine en moyenne), allant des scolaires « *s'amusant à découvrir les personnages comme dans une bande dessinée* » aux amateurs et chercheurs du monde entier, sans oublier les curieux, les flâneurs, les visites organisées, etc.

Une étudiante en histoire de l'art, qui a accueilli pendant deux été les visiteurs, a mené des recherches sur l'origine, jusqu'alors mystérieuse, d'un de ces manuscrits. Ils s'avèrent avoir été commandés par un pèlerin de Saint Jacques de Compostelle et du Mont-saint-Michel. Le musée municipal d'Avranches expose, à son tour, les techniques utilisées par les moines copistes à la manière des musées régionaux des techniques industrielles. Cette initiative

participe pleinement de la laïcisation de l'héritage religieux dont le contenu, le sens des écritures, disparaît au profit de la forme (la technique d'écriture) et de l'émotion esthétique. Au-delà des textes à proprement parler liturgiques, ces manuscrits, qui traitent de droit, d'astronomie ou de musique, témoignent pourtant de la richesse et de la complexité de la pensée médiévale.

Plus largement, l'ensemble des traces historiques liées à la pratique du pèlerinage, sur lesquelles se fondent les nouveaux pèlerinages de la mémoire, présente une très grande diversité d'objets et de monuments datant d'époque variables et aux vocations multiples. C'est ainsi qu'ont été recensés et ressaisis les croix de chemins, en granit ou en bois, ornées d'une significative coquille, dont la vocation principale était de baliser le chemin, et parfois de signifier le don d'un pèlerin ; des statues et lapidaires disséminés sur la routes des pèlerins, dans ou au dehors des églises (Saint-Michel du XVI^e en pierre à Carentan, en bois polychrome du XV^e à Créances) ; des hôpitaux ou hospices, destinés à accueillir les malades et les nécessiteux, ... et les pèlerins (Hôpital Saint Maur de Hocquigny, l'Hôtel-Dieu de Coutances, maladrerie de Genêts) ; etc.

Le pèlerinage naturaliste : de la religion à l'écologie

La création, en 1998, de l'association « Les chemins du Mont-saint-Michel » illustre parfaitement la nouvelle vocation naturaliste et écologique du pèlerinage montois. Sa présidente et fondatrice, Marie-Paule Labéy, conseillère régionale et militante écologiste de la première heure, s'est investie depuis plus de trente ans dans la défense de l'environnement et la préservation des chemins du bocage virois. *« Lorsqu'il m'est venu l'idée de réhabiliter les Chemins de saint Michel, confie-t-elle, dans la perspective de leur reconnaissance au titre d'Itinéraire Culturel Européen, je me suis rendue compte que j'allais lier deux amours : le Mont saint Michel et l'écologie ».*

Le projet de réhabilitation des chemins qu'utilisaient les pèlerins du Moyen Age a rencontré l'accueil favorable des élus du Conseil Général de la Manche, voyant là un atout important pour le développement touristique et économique local, en lien avec les structures d'accueil existantes telles que les gîtes ruraux ou les chambres d'hôtes. Partant, une démarche historiographique est initiée par l'association, pour retrouver les traces, physiques et cartographiques, desdits chemins : *« J'ai travaillé en concertation avec des historiens sur la recherche cartographique des chemins de terre encore existants et sur la littérature existante ».*

Vincent Juhel et Julien Deshayes, historiens, remarquent : *« Pendant des mois, nous avons fouillé le terrain dans ses moindres détails le long des différents tracés retenus, (...), nous recherchions des témoignages évoquant le culte de Saint Michel et de Saint Jacques. Un travail délicat car peu de témoignages directs auprès des archives existent. Tous les éléments liés aux anciennes voies de communication comme les ponts, les puits et les fontaines, sans oublier les « Croix de chemins » qui punctuaient ici et là le paysage ont été étudiés. Et nous nous sommes intéressés aux traces d'aménagement d'accueil tels que les prieurés, les Hôtels-Dieu, les maladreries et les abbayes ».*

L'association a privilégié les chemins, maritimes, partant de Barfleur et de Cherbourg, dans le nord du Cotentin. L'exemple de cette association montre combien nous avons affaire à un

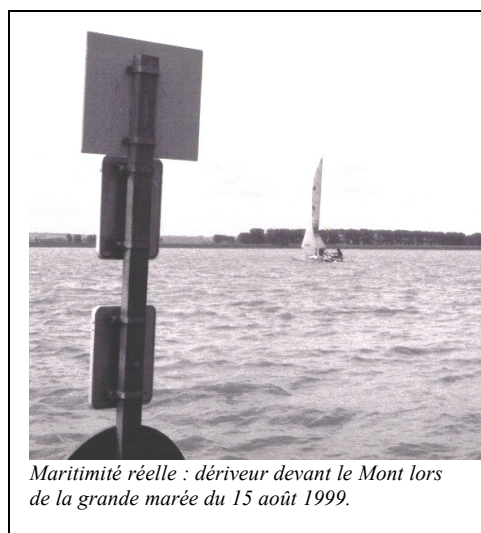
ressaisissement des traces historiques *a posteriori*, et non à une mémoire *collective* héritée et transmise. Cette rupture sociale historique de la pratique du pèlerinage tel qu'il était pratiqué au Moyen Age est un important facteur de contemporanéisation de la démarche, fortement réinscrite dans l'imaginaire de notre époque, celui du développement économique. Si la religion, comme mode de légitimation de l'être ensemble, a cédé la place à l'écologie et au développement, fut-il local, la mémoire *sociale* du pèlerinage (c'est-à-dire historique et légitimée par la société) constitue néanmoins une sorte de « fil rouge » de ces itinéraires redécouverts et actualisés, dans le souci de retrouver l'objectivité des tracés enfouis ou disparus. Refaire le chemin, avec de nouveaux objectifs écologiques, et donc éthique, serait une manière de réinterpréter une pratique ancienne à partir des données et des enjeux de l'époque actuelle : ceux liés à la nécessité de préserver les milieux naturels anthropisés et les œuvres humaines.

Le « caractère maritime » comme « vérité »

La sacralisation de la nature intervient enfin, d'un point de vue sémantique, au-delà des dispositifs « muséographiques » destinés aux touristes, dans le discours tenu par les autorités et les pouvoirs publics sur l'entreprise de « réhabilitation du caractère maritime » du site. L'intitulé de la plaquette promotionnelle destinée à expliquer les raisons des grands travaux de réhabilitation, et à justifier auprès du contribuable la dépense publique engagée, renoue très fortement avec l'absolutisme religieux : « Retrouvez le Mont dans sa vérité ». En effet, si la réalité du Mont, c'est le tourisme de masse et l'économie industrielle du patrimoine, sa vérité est à chercher ailleurs, dans son passé religieux, dans la nature. D'ailleurs, les travaux en question visent à éloigner les immenses parkings (ci-contre) sur lesquels s'amoncelaient, l'été, des milliers d'automobiles et d'autocars à la porte du village, pour les reléguer quelques kilomètres plus loin, sur le « continent ». La vérité retrouvée, pour l'imaginaire aménageur très largement influencé par des cabinets spécialisés en communication, serait donc à la fois dans la caractéristique insulaire du lieu, que le désensablement vise à restaurer en partie, et dans son détachement apparent d'avec une activité commerciale, et donc profane, trop visible. Le « renaturalisation » du Mont consiste plus largement à effacer les traces de l'action de poldérisation que l'homme du XIX^{ème}, qui voulait se rendre comme maître et possesseur de la nature, avait réalisée.



En réalité, le pont passerelle qui remplacera l'actuelle digue-route reliant le Mont au continent, sur lequel circuleront des navettes futuristes, permettra une rationalisation de la gestion du flux touristique en haute saison, et donc un accroissement de la fréquentation du site. Si, donc, dans la rhétorique mobilisée par les gestionnaires du site la nature sacralisée, comme le passé religieux du Mont, permettent la mise en avant de sa religiosité, au niveau des pratiques en revanche rien ne semble échapper à la



Maritimité réelle : dérivateur devant le Mont lors de la grande marée du 15 août 1999.

logique économique, depuis la Caisse des Monuments historiques jusqu'au « petit » commerçant de la rue principale, en passant par le Département, la Commune et les quelques gros établissements commerciaux tels que la Mère Poulard.

Les perceptions du caractère maritime par les touristes recourent les analyses de Michel Roux : « D'un côté, la mer aimée, la « vraie », « l'éternelle », celle qui est investie au plan affectif et qui est le lieu de toutes les projections émotives ; celle de l'Odysée et que la Chrétienté a valorisée, celle enfin que les romantiques ont exaltées et qui fait les fleurons des récits d'aventure. C'est la mer nourricière, la mer tempête, la mer purificatrice, la mer paysage ; une mer irrationnelle, à la fois mythique et mystique, un espace initiatique, hors de la civilisation et qui rappelle aux hommes leurs propres limites. De l'autre côté, la mer du « quotidien », scientifique et mal connue, exploitée ou polluée, celle dont la presse ne donne que des échos sombres aux relents de marée noire ou de conflits sociaux, celle que l'on aborde pas parce qu'il faut la chercher derrière les grues et les quais des zones portuaires et dont la spéculation immobilière voudrait parfois s'emparer »²³.

IV - Les cartes postales : esthétiques et politiques de l'authenticité

Les cartes postales se distribuent selon un ensemble de propriétés esthétiques, artistiques, thématiques qui se déclinent selon différents registres, que l'on peut difficilement appréhender de manière exhaustive.

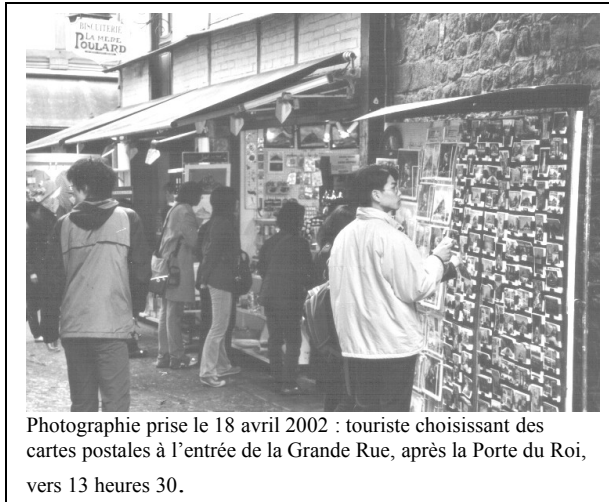
Une des cartes postales reproduites en ces pages, le Mont auréolé de lumière au crépuscule et menacé par la marée montante, éditée par les éditions Artaud Frères (Carquefou) est l'une des plus diffusées par les commerçants, après enquête. Il s'agit sans doute d'un montage effectué grâce à des techniques d'infographie, comme beaucoup d'autres cartes postales reproduisant le Mont comme l'avait déjà remarqué les rédacteurs de l'ouvrage *en Quête d'image(s) le Mont Saint-Michel et sa baie*²⁴.

Les cartes postales ne forment pas un tout homogène et uniforme, elles rentrent dans un système de stratégies de production, de distribution et de séduction, vis à vis des touristes et des visiteurs qui est structuré par les différentes représentations du Mont, qui elles-mêmes renvoient à des acteurs, à des groupes, à des usages sociaux et esthétiques différenciés. On peut ainsi distinguer entre deux catégories de cartes postales, en fonction de leurs producteurs et / ou diffuseurs : les cartes postales produites par des sociétés privées et les cartes postales produites ou diffusées par les acteurs publics, lié à l'Etat ou aux collectivités locales.

²³ Michel Roux, *L'imaginaire marin des français, mythe et géographie de la mer*, L'Hamattan, collection Maritimes, 1997.

²⁴ Fromentin Frédérique et Pallier Yveline (sous la direction), *En Quête d'image(s) le Mont Saint-Michel et sa baie*, éditions Apogée, Rennes, 1999.

Les cartes postales « privées » jouent sur l'ensemble des registres permis par le genre : simple photographie aérienne du site, personnages pittoresques du passé, humour bon enfant ou grivois, fantaisie ou fantastique, néo-religieux, patrimonial.... Cette diversité n'est pas de mise au sein du champ des cartes postales « publiques », c'est à dire produites ou diffusées par l'Etat (Centre des Monuments Nationaux, Comptoir du Patrimoine, éditions du Patrimoine), et les collectivités locales et leurs appareils (Département de la Manche, Syndicat Mixte pour l'Équipement Touristique, Maisons de la Baie, qui dépendent du département). Les représentations du site restent empreintes de sobriété et d'authenticité, tant dans le choix des thèmes que des coloris, de la mise en page.



Photographie prise le 18 avril 2002 : touriste choisissant des cartes postales à l'entrée de la Grande Rue, après la Porte du Roi, vers 13 heures 30.

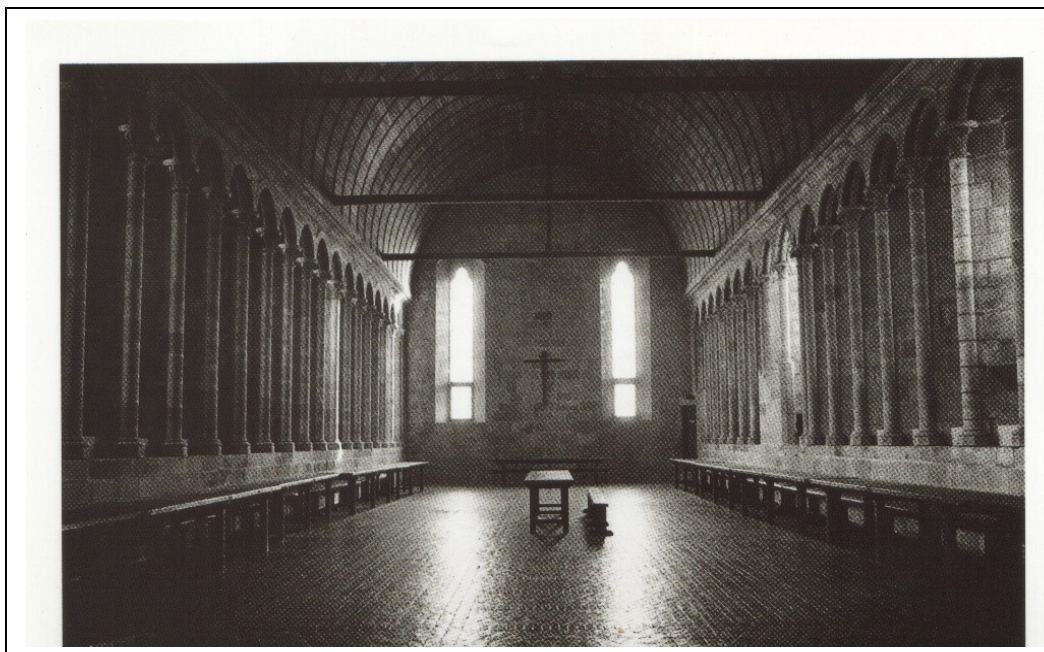
Les photographies de Solveigh Kaehler, reproduites en format 17,5 x 12 cm, éditées par Revoe (Athènes) et diffusées par les Comptoirs du Patrimoine, c'est à dire au Mont, disponibles seulement dans l'Abbaye continuent à faire vivre l'idée du Mont comme sanctuaire religieux à temps plein. La carte postale légendée comme suit, « Mont Saint-Michel écho de lumière, réfectoire des moines » malgré le fait qu'elle est issue d'une photographie contemporaine (1997) en noir et blanc semble se situer dans un autre espace temps, à la fois esthétique et spirituel.

Certaines cartes postales éditées par les éditions du Patrimoine se situent également dans ce registre néo-religieux. Ainsi la carte postale montrant un berger contemplant ses moutons, le bras s'appuyant sur un bâton, avec le Mont en arrière-plan participe de la représentation du Mont comme sanctuaire, lieu de calme et de sérénité au milieu d'une nature anthropisée et culturalisée par le christianisme, avec la figure du mouton, agneau de dieu. Plus prosaïquement, les cartes postales « publiques » évitent de montrer le Mont entouré de parkings encombrés d'autobus et d'automobiles.

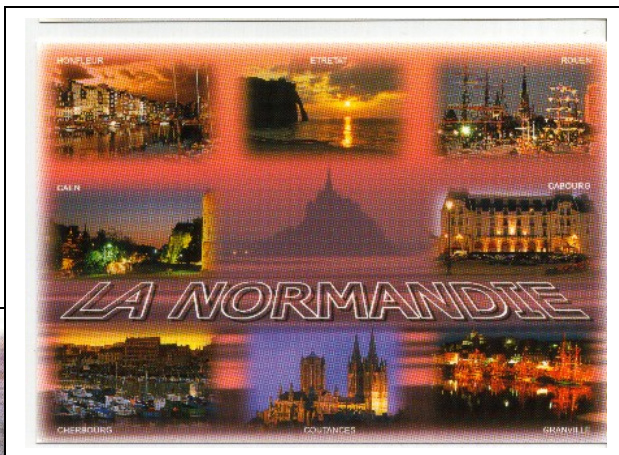
L'esthétique des cartes postales publiques figurent un temps espace autre que celui des cartes postale « privées » : le Mont comme promesse au bout du chemin du néo-pèlerin, le haut lieu de spiritualité, toujours vivante malgré les aléas de l'histoire, la merveille architecturale. Diffusées de manière différenciées en fonction de leurs acteurs producteurs, les cartes postales sont un des moyens d'accès aux attentes et aux rapports esthétiques et culturels construits et vécus par les visiteurs du Mont.

Les cartes postales : mise en forme des goûts et relation esthétique au site

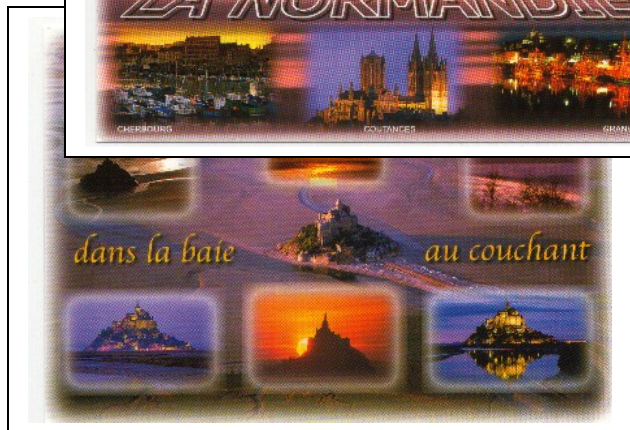
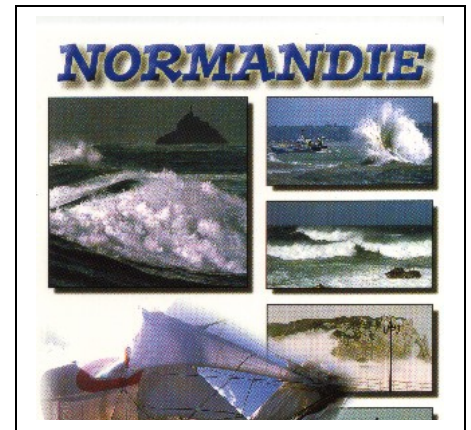
Cartes postales éditées ou diffusée par les éditions du patrimoine



Cartes postales « privées »,



maritimisé



V – Parcours dans le Mont

Relation esthétique et forme urbaine : La Grande Rue : un dispositif urbain " vernaculaire "

La Grande Rue est plutôt une ruelle qu'une rue, tortueuse et en pente, bordée de logis datant des 15 et 16^e siècle reconstruits pour la plupart au début du 20^e siècle selon un certain nombre de critères architecturaux appartenant entre autres à un Moyen Age imaginé et reconstruit. Le rez de chaussée des immeubles qui la composent est occupé par des hôtels, des restaurants et des magasins de souvenirs. Cependant, la relativité est ici de mise : dans le Paris

hausmannien, la Grande Rue serait une ruelle, mais replacée dans son contexte et la culture locale, c'est bien d'une rue qu'il s'agit, qui renvoie à l'imaginaire médiéval reconstruit et réinterprété de manière contemporaine, de la rue et de son agitation.

Le passé présent dans les formes architecturales et urbaines : nom des établissements et qualification de l'espace

Les enseignes, l'architecture intérieure et extérieure, les devantures des commerces mais aussi le noms des établissements renvoie à un imaginaire médiéval et historique reconstruit et réinterprété. Si l'on parcourt la Grande Rue, de la porte d'entrée vers l'Abbaye, ce qui constitue un chemin du profane vers le sacré, les établissements qui composent la rue s'ordonnent ainsi : La *Porte du Roy*, La *Confiance Poulard*, (bar-restaurant-hôtel) La *Mère Poulard* et ses boutiques, Les *Lutins* (cadeaux) la *Grignotte* (restaurant), le *Mouton Blanc* (hôtel-restaurant), la *Fringale*, les *Gourmets*, la crêperie *La Pomme*, la crêperie *La Sirène*, le restaurant *Saint-Pierre*, le magasin de cadeaux *Les Mouettes*, le restaurant *La Fringale*, l'Auberge *Saint-Pierre*, le *Musée historique*, La *Grignotte*, les *Gourmets*, La *Croix*, le restaurant *Chapeau Rouge*, l'hôtel *Du Guesclin*, le bazar *Aux armes réunies*, l'hôtel du *Mouton Blanc*, le bar le *Tripot*, le bazar *L'épée*, le *snack La Cloche*, la *Vieille Auberge*, la salle *Jeanne d'Arc*, l'*Archéoscope*, le restaurant *La Fée des Grèves*, les *Terrasses Poulard*, la *Coquille*, le *Pèlerin*, *Au pot de cuivre*, au *Dauphin*, *Siloë* (librairie et souvenirs religieux)... Tels sont les noms des principaux commerces, magasins de souvenirs et restaurants en montant la Grande Rue. Seul un *snack-kebab* vient apporter, en saison un peu de distorsion et d'altérité spatiale et culturelle au sein de cette liste relativement homogène.

Ces mots, ces noms ornent les devantures et les enseignes des commerces, qualifient et nomment l'espace urbain constitué par la Grande Rue, ce sont des " mots de la ville " comme les définissent Jean-Charles Depaule et Christian Topalov : " *les mots on le sait, s'inscrivent dans des jeux d'oppositions et de différences. Ils opèrent des classements de territoires, en les découpant, en les regroupant, en les qualifiant. Sur ces opérations, l'accord n'est jamais tout à fait assuré car, à tout moment, il existe des registres de langue distincts pratiqués par des locuteurs situés en des points différents de l'espace social. Leurs mots, semblables ou différents, prennent sens dans des contextes discursifs marqués par des intentions hétérogènes : une visée organisatrice à l'un des pôles, et à l'autre, une négociation permanente des sens en fonction des situations* " ²⁵

Les noms d'établissements renvoient à plusieurs registres et imaginaires socio-historiques qui s'enchevêtrent et se complètent :

Le « Moyen âge » : ses héros et ses vertus	La maritimité réelle ou imaginaire	La gastronomie comme vecteur de convivialité
l'hôtel Du Guesclin, la salle Jeanne d'Arc, la Porte du Roy, l'Épée, la Vieille Auberge, le Pèlerin et son versant mythique légendaire : Les Lutins, la Sirène, la Fée des Grèves, Aux	les Mouettes, la Sirène, la Fée des Grèves	la Grignotte, le Mouton Blanc, la Fringale, les Gourmets

²⁵ Jean-Charles Depaule, Christian Topalov, « La ville à travers ses mots », in *Villes, Courrier du CNRS*, n° 82, mai 1996.

armes réunies....

Pour paraphraser l'architecte américain Robert Venturi, auteur d'une étude (avec Denise Venturi Scott Brown et Steve Izenour) sur *l'architecture commerciale vernaculaire* de Las Vegas, on pourrait écrire et considérer que la Grande Rue est au Mont ce que le *Strip* (la grande artère des casinos et des hôtels) est à Las Vegas : “ *la rue commerçante, le Las Vegas Strip en particulier – exemple par excellence – lance à l'architecte le défi de la regarder positivement, sans préjugés. Les architectes ont perdu l'habitude de regarder l'environnement sans jugement préconçu parce que l'architecture moderne se veut progressiste, sinon révolutionnaire, utopique et puriste : elle n'est pas satisfaite des conditions existantes* ”²⁶.

Formes architecturales forme urbaine	Maisons « pittoresques » témoignage Rue « médiévale »	Reconstructions hasardeuses pétrification ruelle
Gestion des flux touristiques	Canalisation piétonne	« bousculade » et cohue en période haute
Espace marchand accumulation du capital	« Animation » et souvenirs Pluralité de l'offre	« Marchands du temple » monopoles
Espace social Espace symbolique	Interactions Chemin vers le sacré	Indifférence Désenchantement sécularisation

En saison, l'agitation est incessante, comme le soulignent avec plus ou moins de pudeur les guides de voyage. On notera que le Guide Vert (Michelin) juge avec sévérité ce qu'il nomme une “ industrie ”, indiquant à propos de la Grande Rue : “ *les étalages de marchands de souvenirs l'envahissent. Le touriste indulgent pourra imaginer que, même à l'époque des plus fervents pèlerinages, au Moyen Age, cette industrie locale faisait montre d'un égal mordant* ”²⁷ : le passé est ainsi réinscrit dans le présent, comme tradition immémoriale alors que le guide Gallimard est moins disert.

Marchands d'histoires : les musées

Le terme « musée » n'est protégé, en France, par aucun texte législatif susceptible de réglementer l'usage du nom. Ainsi, tout établissement, public ou privé, présentant des collections, des objets, des textes, des images réelles ou virtuelles,... peut s'intituler de la sorte. Le cas des musées du Mont-Saint-Michel, tous privés et dont trois sur quatre appartiennent à la même personne, est assez significatif de l'ambiguïté qui règne autour de ces lieux qui peuvent devenir d'authentiques commerces de la mémoire.

On pourra d'abord s'étonner, lorsque l'on s'approche de ces établissements, d'être sollicité par des racoleurs qui laissent entendre au chaland, comme devant certaines « boutiques » des quartiers chauds, que le spectacle se passe à l'intérieur. Quel est donc l'objet

²⁶ Robert Venturi & alii, *L'enseignement de Las Vegas*, 1970, repris dans *Jardins et paysages*, sous la direction de Jean-Pierre Le Dantec, Larousse.

²⁷ Guide *Michelin*, Normandie Cotentin, îles anglo-normandes, p. 107, deuxième édition, 1994.

de toutes les convoitises, de toutes les curiosités, qui se dissimule derrière l'épaisseur de ces murs médiévaux ? C'est là précisément que se donne à comprendre ce dispositif muséographique comme une sorte de complexe commercial, dans la diversité des matériaux exposés et des propos tenus, comme si au fond, le scénographe avait voulu épuiser la totalité des imaginaires disponibles et, en quelque sorte, toucher la sensibilité de chaque visiteur-client potentiel.

Ainsi, les quatre musées du Mont-Saint-Michel sont chacun représentatifs d'une catégorie de redistribution de la mémoire : le musée de Historique (ou Grévin), évocation spectaculaire et fantaisiste de la prétendue « histoire » du lieu dont le côté inquiétant est exagérément mis en valeur (notamment dans la reconstitution des cachots où figurent des prisonniers n'ayant jamais été incarcéré au Mont), affiche une tendance résolument historienne, mâtinée de discours identitaire ; une partie de l'Archéoscope et le Logis Tiphaine, dont les visites sont largement ponctuées d'anecdotes insignifiantes, présentent des collections d'objets d'origines les plus diverses et, là aussi, des plus fantaisistes, qui ont pour seul point commun de *signifier le passé* au delà de toute vérité historique ; l'autre partie de l'Archéoscope est constituée d'un spectacle en salle « son et lumière » agémenté d'effets spéciaux, une maquette du Mont sortant des eaux servant de support à un discours mystique qui emprunte, à l'instar de « New Age », à différents imaginaires symboliques (la forte odeur de chlore se dégageant du bassin ramène néanmoins le spectateur à la matérialité du monde) ; le musée maritime enfin, « espace science et environnement », présente une approche virtuelle de la nature (la baie, les marées), par écran interposé, jouant sur l'ambivalence d'un discours sécuritaire : au danger que représente la nature, sous l'angle de la marée galopante ou des sables mouvants, le Mont offre ainsi au visiteur un lieu sûr et garanti.

A la rigueur de la démarche historique, ou à la sensibilité de la démarche esthétique, les musées du Mont opposent des fragments de mémoires livrés comme les débris d'un passé révolu qu'une mise en scène plus ou moins sophistiquée vise à rappeler chez chacun des visiteurs, lui vendant finalement l(es) histoire(s) qu'il veut entendre.



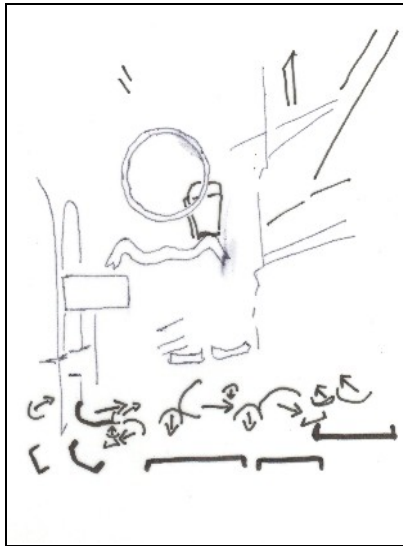
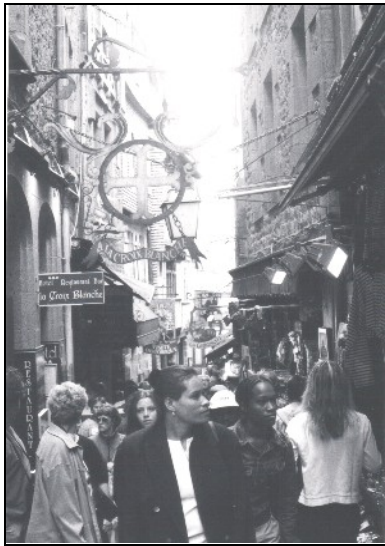
1



2

Les aboyeurs haranguent la foule au passage dans la Grand Rue (1), tandis qu'un capitaine d'opérette virtuel accueillent les visiteurs du musée maritime derrière un écran en forme de hublot (2).

Que regarde la foule dans la Grande Rue ?



La photographie de gauche montre la foule des touristes parcourant la Grande rue, en période haute, le 15 août 1999, vers dix heures du matin. L'impression qui domine au premier regard, c'est la compacité de cette foule, sa densité, densité renforcée par la faible largeur de la rue et l'emprise de certains étalages sur celle-ci. Les passants apparaissent

concentrés sur les produits proposés à leur regard et également sur leur marche de façon à ne pas heurter d'autres touristes : *« silence et indifférence caractérisent le lien social qui s'établit entre passants anonymes circulant ensemble sur le même trottoir. Ces piétons parviennent cependant à coordonner finement leurs déplacements, ce qui leur permet de se croiser en s'évitant mutuellement, sans interaction ni collision »*²⁸.

Le dessin qui reprend certaines des méthodes d'analyse proposées par Albert Piette²⁹ permet de constater quelques écarts de mouvement, de formaliser le jeu et les postures des corps et des regards ; un flux central existe au milieu de la rue, pendant que certains passants ou passantes sont postés sur les côtés de la rue, attirés par les produits ou en posture d'attente d'un proche ou d'un enfant.



L'imaginaire médiéval reconstitué façon « jeu de rôle » s'expose.

Les regards se portent vers les produits accrochés aux devantures des boutiques, sur les cartes des restaurants, les cartes postales (que certains filment avec leur camescope), les bibelots, les

²⁸ Relieu Marc, « Voir et se mouvoir en marchant dans la ville », in *Villes, Courrier du CNRS* n° 82, 1996, p. 107.

²⁹ Piette Albert, « La photographie comme mode de connaissance anthropologique », in *Terrain* n° 18, 1992, pp. 129-136.

pâtisseries et les « spécialités » sans pour autant croiser le regard des autres touristes. Le regard, de ceux qui veulent voir, semble capté par les multiples stimuli visuels que constituent les différents produits et marchandises offerts à la vue, qui n'arrêtent pas de défiler lors de la montée de la Grande rue.

Comme l'écrit Anne Sauvageot, « *l'œil trépide sous l'accumulation des signaux, sous la somme de leur injonctions qui à chaque instant, nous contraignent à sélectionner en quelques dixièmes de secondes ce qui fait sens.* »³⁰ ; les habitus visuels doivent ici composer avec d'autres temporalités et d'autres présences : présence des autres touristes que l'on ne souhaite pas regarder ni bousculer, capital temps limité du parking en cas de grande marée, stress du aux sollicitations multiples....

Peu de visages réellement expressifs, au sens où l'on pourrait décoder et en interpréter les pensées semblent se dégager de l'examen des photographies des flux de touristes qui sillonnent la grand rue, les interactions les plus évidentes se produisant lors de l'achat d'un produit ou du passage devant un étalage laissant de l'espace pour pouvoir se grouper et discuter, comme devant un des stands de cartes postales et de produits régionaux de la Mère Poulard. Cependant ce stand est au début de la Grande Rue dans sa partie la plus large et cela dépend de la distribution temporelle des flux touristiques au sein du Mont. La Grande Rue a une importance en tant que sas et dans son agencement matériel et commercial au sens où celui-ci, dans le présent, combiné avec les représentations du Mont et les flux de touristes actualise et confronte les touristes à eux-mêmes : entre « la foule ne me gêne pas » et les « je ne fais pas attention à la foule », le déni est souvent employé.

La pluie (il a plu le 15 août dans l'après-midi) change un certain nombre de données : ceux qui peuvent s'abriter sous les devantures ou dans les boutiques regardent parfois joyeusement les touristes confrontés aux trombes d'eau produites par la configuration des lieux. Ce changement météorologique transforme la distribution des passants et des touristes dans l'espace de la rue : les auvents sont recherchés et le centre de la rue est occupé par ceux qui fuient l'averse et cherchent un abri de fortune momentané. Cet accident climatique qui modifie la scène urbaine permet de reprendre un des questions de Pierre Sansot pour l'appliquer à la Grande Rue : est-elle une rue gaie ?³¹.

La Mère Poulard : animation touristique, segmentation sociale et esthétique

La mère Poulard : mise en scène privée dans l'espace public et production d'énoncés

Comme le rappelle Jean-Pierre Poulain³², responsable de la cellule d'ingénierie touristique de l'université Toulouse Le Mirail, l'être humain se nourrit de nutriments mais aussi de signes, de symboles, de rêves et de mythes. Les représentations sociales, les pratiques de distinction,

³⁰ Sauvageot Anne, *Voirs et savoirs, esquisse d'une sociologie du regard*, PUF, 1994, p. 165.

³¹ Sansot Pierre et Honorat Annie, « Qu'est ce qu'une rue gaie ? petite leçon de phénoménologie » in *Les annales de la recherche urbaine*, n° 64, pp. 76-79.

³² Jean-Pierre Poulain, « Goût du terroir et tourisme vert à l'heure de l'Europe », in *Ethnologie française*, XXVII, 1997, 1, Pratiques alimentaires et identités culturelles.

les croyances, les coutumes, les mythes, le sens du sacré organisent l'ordre du mangeable, tout autant que la niche écologique, qui offre avec plus ou moins de générosité une gamme d'aliments potentiels, ou les structures socio-économiques qui permettent leur production, leur conservation, leur transformation ou leur commercialisation. L'acte alimentaire convoque les groupes sociaux dans leur globalité, corporelle, psychologique et sociologique, il est un acte humain total. Manger mobilise des croyances, des structures imaginaires fondamentales. D'un point de vue psychophysiologique, le mangeur devient ce qu'il consomme. Manger c'est incorporer, faire siennes les qualités de l'aliment.

A partir de ces constats comment analyser " l'omelette traditionnelle " ou l'agneau de pré salé, mis en avant dans les dépliants touristiques ? Que viennent constater de visu les touristes qui se pressent devant la Mère Poulard le 15 août et les autres jours de manière continue ?

Une approche possible consisterait à ne voir dans le dispositif mis en œuvre par le restaurant la Mère Poulard une sorte de décor, une tactique commerciale parmi d'autres, une " arnaque à touristes " que les authentiques " gastronomes " et le " public cultivé " sinon parfaitement au fait de l'histoire sociale et architecturale du Mont rejetterait, tout du moins marquerait-il sa distance ; il est d'ailleurs à noter que la Mère Poulard n'est pas mentionnée au *Guide Michelin*C'est un peu ce qu'écrit le chroniqueur gastronomique du journal *Le Monde* dans un article consacré à la Mère Poulard :

" Ceux qui n'ont ni encore l'audace ni tout à fait les moyens d'entrer seront priés de regarder de la rue les percussionnistes à veste rouge faire monter la préparation au rythme d'une rumba écumante et tonique. De la bassinoire en cuivre, la recette - formidablement tenue secrète - semble indiquer qu'il faut sans tarder passer l'affaire à la flamme de bois sec et servir dans la foulée. Le Barnum Poulard connaît la musique et s'offre ici pour pas cher une publicité édifiante qui s'en ira courir le monde et apporter la bonne nouvelle aux dernières populations encore tenues dans l'ignorance. Encore que l'on puisse se demander s'il en reste " ³³....

La foule devant la Mère Poulard, établissement qui met en scène sa propre mémoire et celle de la venue de ses clients les plus célèbres (*livre d'or* plastifié à l'entrée du restaurant permettant au client ou au touriste de passage de rentrer dans un suite de personnages ou de figures célèbres parmi Lesquels Charles de Gaulle, François Mitterrand, Léon Trotsky, Margaret Thatcher....) indique que la gastronomie, le rapport pratique et symbolique à la nourriture, par la médiation du restaurant peut constituer une piste pour l'analyse de la relation esthétique dans ses différentes modalités qui se construit entre le Mont Saint-Michel et ses publics.

Faire l'omelette face au public : un geste qui rassure alors que l'industrie agro-alimentaire est suspectée

La Mère Poulard, dont deux grands portraits photographiques en pied ornent la devanture du restaurant qui porte son nom devient un " personnage historique ", mentionnée par la plupart des guides touristiques. Une femme qui bien que disparue, demeure présente en tant qu'image

³³ Jean-Pierre Quellin, « L'omelette aux œufs d'or », in *Le Monde*, août 1998.

et témoin, à l'allure énergique pour battre l'omelette et ainsi rassasier les voyageurs exténués...

Sa silhouette, "relookée" dans les années 90' pour les besoins promotionnels des biscuits et autres produits dérivés (Calvados, cidre, œufs Mère Poulard ...) la positionnent *entre Mamie Nova et Tante Marie*, et vient s'insérer dans toute une thématique publicitaire, surchargée de significations affectives et maternantes, qui bien qu'utilisée par des marques et des produits fabriqués hors de la sphère familiale, cherchent à réenraciner l'aliment, sa production et sa consommation dans la sphère de la famille, de l'intime, du terroir³⁴. Ces thèmes sont à la fois utilisés par les publicitaires, mais ils sont aussi l'objet d'un réinvestissement pratique et imaginaire, qui traverse le domaine de l'édition de livres de cuisine (le livre de recettes de Tante X avec des couvertures qui rappellent les cahiers d'écolier..) et les pratiques alimentaires elles-mêmes.

Deux images de la Mère Poulard coexistent sur la façade du restaurant : l'image « authentique » du XIXe siècle, c'est à dire une grande photographie en pied, en noir et blanc et l' image dessin en couleur (petites lunettes, fichu / coiffe, air malicieux...) sur les paquets de gâteaux et les produits dérivés, reproduite sur l'enseigne et les panneaux de bois peint.

Par le nom même du restaurant, et son maintien par delà le destin entrepreneurial ou capitalistique de ses successeurs (descendants directs ou repreneurs), la "Mère Poulard" charrie un ensemble de significations rassurantes : l'allusion à un rapport maternel et nourricier dans un cadre qui l'on peut imaginer familial à mi-chemin entre l'auberge, le restaurant et la cuisine de la maison, l'omelette battue et cuite au feu de bois, le nom lui-même aux consonances populaires et qui contient en première syllabe le nom d'un autre animal comestible, la poule qui renvoie aux œufs et aux omelettes.... Bien que les cuisiniers et les aides de cuisine soient essentiellement des hommes, la Mère Poulard continue de s'inscrire de manière métaphorique dans la division sexuelle du travail relative aux pratiques de production alimentaires contemporaines où l'homme n'est pas encore pleinement responsable de la préparation du repas, au même titre que la femme, inégalité fortement présente et redoublée dans le champ publicitaire³⁵.

La Mère Poulard continue d'exister, non seulement à travers les systèmes de signes liés aux marchandises dérivées portant sa griffe (paquets de gâteaux, Calvados....), la légende racontée par les guides touristiques, le spectacle offert à la rue par le restaurant mais également par la diffusion de « nouvelles recettes », comme la « noix de veau au livarot de la Mère Poulard » que ne semble pas proposer le restaurant (à vérifier), reproduite dans *Femme actuelle*³⁶, recette « redécouverte » par de « grands chefs » dans un livre au titre évocateur, *La cuisine de nos mères*³⁷....

³⁴ On pense notamment à des marques et à des produits comme "la Tartelière", les confitures "Bonne Maman", la campagne publicitaire télévisée "ne passons pas à côté des choses simples" de Herta,

³⁵ Touillier-Feyrabend Henriette, « Des images pour consommer », in *Ethnologie française*, XXVII, 1997, 1.

³⁶ « Les secrets d'une cuisine de femmes », *Femme actuelle*, n° 838, octobre 2000, pp. 92-93.

³⁷ Blanc Georges et Jobard Coco, *La cuisine de nos mères*, éditions Hachette pratique.



Images d'aujourd'hui, esthétique d'hier.

Les pratiques alimentaires sont traversées, comme d'autres champs de la vie sociale, par un ensemble d'évolutions qui affectent le monde du travail et la vie économique : globalisation, temporalités différenciées du travail, sub-urbanisation, nouvelles formes de conjugalité, montée du travail féminin... Ces évolutions organisent des changements, notamment le passage de ce que Jean-Pierre Poulain nomme le « commensalisme alimentaire » (repas pris en commun 2 à 3 fois par jour) à des formes variées de vagabondage alimentaire (prises alimentaires plus fractionnées, individualisées...).

Le champ des pratiques alimentaires et les acteurs économiques et sociaux qui le structurent réagissent de manière différenciée en terme d'offre de produits et de supports de pratiques en fonction du capital disponible et de la perception des enjeux : nouvelle cuisine, renouveau de la cuisine de terroir, offensive des fast-food... Les identités et les pratiques culinaires se recomposent, dans une dialectique du local et du global, de la tradition modernisée et de la world culture, de la légende et de la sécularisation. Ces enjeux peuvent devenir des enjeux directement connectés au champ politique, comme le montre les développements induits par le « démontage » du Mc Do de Millau suivie de la « croisade contre la mal-bouffe » de José Bové, devenu un personnage emblématique, dans une conjoncture socio-politique dominée par les interrogations sur les bienfaits de la globalisation économique et des expérimentations scientifiques.

Dans ce cadre, l'exposition au regards des badauds et des touristes du battage de l'omelette de la Mère Poulard, omelette dont la composition ainsi que le geste qui lui donne sa forme finale comportent un ou « des secrets », « bien gardés », et ce par des cuisiniers et des aides en costume traditionnel normand constitue la mise en forme d'un dispositif d'exposition, de médiation et d'appropriation relative du lieu et de son histoire, reconstruite et réinterprétée à travers la thématique et les pratiques culinaires et gastronomiques.

Interprétations

Cette mise en forme d'une tradition, celle de l'omelette flambée, inventée et codifiée par Annette Boutiaut (nivernaise « montée » à Paris, puis femme de chambre d'Edouard Corroyer, en charge de la restauration du Mont qui épousa Victor Poulard) et ses successeurs, son exposition aux regards peut être interprétée de plusieurs façons non exclusives :

- 1) une mise en spectacle d'une invention gastronomique devenue « institution », à la « notoriété incontournable » comme l'indique le guide Gallimard, mise en spectacle agrémentée d'une esthétisation / reconstruction du passé (costumes « traditionnels », décor, vasques en cuivre travaillé...) et ce dans un but commercial ; la fabrication de l'omelette devient une animation, une attraction cependant légitime ;

- 2) le dévoilement / recouvrement dans son dévoilement même d'un « secret » de fabrication, d'un tour de main, propre à attirer les curieux, au delà de la pratique culinaire ;
- 3) la mise en partage, la fabrication sous les yeux des touristes d'un produit authentique, qui ne peut mentir, sur son mode de fabrication et ses origines dans un contexte d'insécurité alimentaire ; l'omelette de la Mère Poulard apparaît comme le produit d'un lieu, l'expression d'un terroir, entendu comme un univers supposé stable et anhistorique, fondé sur une tradition immuable, par opposition aux transformations et aux cycles des modes de l'économie de marché, et authentique, par opposition à l'artificiel de l'urbanité où le construit prend le pas sur le naturel.

L'omelette et sa préparation exposée au regard participe de la qualification pratique des lieux comme authentiques, immuables, rassurants, dont le souvenir peut être transmis et vérifié, et ce sans pour autant consommer l'omelette : le constat de visu, la prise d'images photographiques ou vidéo peuvent parfois suffire.

L'étage supérieur du restaurant : souvenirs haut de gamme et mise en scène des clients célèbres



osité



Dans la rue : flux touristiques et spectacle



La Mère Poulard est à la fois un restaurant, une institution mentionnée par les guides touristiques, même si elle n'est pas une institution gastronomique, une entreprise commerciale et un dispositif important ; placée à l'entrée du Mont, juste avant la porte du Roi.

La Mère Poulard, pour celui ou celle qui s'arrête devant le spectacle de battage de l'omelette peut contribuer à la réception d'un certain nombre de signes, de messages, de représentations. Cependant cette mise en forme exacerbée d'une tradition, ne doit pas faire illusion : la Mère Poulard joue sur un double registre esthétique et symbolique, qui redouble la topographie socio-symbolique du Mont, c'est à dire les coupures sacré / profane et Grande Rue / Abbaye. En effet, l'étage supérieur du restaurant, qui offre une superbe vue sur le continent, propose des produits hauts de gamme, ainsi que des souvenirs Mère Poulard qui semblent correspondre au goût légitime et dominant des professions et des groupes sociaux dominants. Dans la boutique de souvenir située au dernier étage, on ne peut acheter les produits tels que le Calvados Mère Poulard, mais seulement des produits authentiques, d'un prix nettement supérieur. De la même manière, les couleurs jaune et rouge qui orne les paquets de biscuits du groupe Mère Poulard sont absentes. Il y a bien, à travers la commercialisation de produits alimentaires et une stratégie marketing ciblée, la création d'une autre relation esthétique vis à vis de groupes sociaux différenciés.

L'arnaque à touristes	Le spectacle	La tradition
« c'est très surfait, pourtant	« La Mère Poulard, c'est une	« On n'avait jamais vu faire

l'aura de la Mère Poulard, et l'omelette réputée, mais le prix est très réputé aussi. Tout a changé, c'est une arnaque avec leur Sancerre à 250 francs, c'est dix fois moins bon qu'il y a trente ans »	tradition et un spectacle, un spectacle comme un autre. L'omelette, c'est réputé, on m'en avait parlé »	ça. Peut-être qu'on en mangera une pour voir. C'est une tradition, c'est bien que cela soit maintenu » « ça a l'air spécial, ils la battent dans des bacs en cuivre »
Couple de retraités, région parisienne, déjà venus trente ans auparavant	Homme 36 ans, vendeur de produits vidéo, région Centre	Jeunes femmes de 19 ans, Lille, étudiantes.
Entretiens réalisés devant et à la sortie de la Mère Poulard, août 2000 et novembre 2001.		

Manger l'agneau de pré salé : acte nutritionnel et appropriation bio-symbolique d'un paysage culturel

L'agneau de pré salé est une “ spécialité locale ”, pour ainsi dire “ paysagère ” puisque les arrivants et les visiteurs du Mont peuvent rencontrer les moutons, agnelles et agneaux qui traversent la digue-route, se rendant dans les herbus qui la bordent. Ces divagations de moutons, à partir du pôle hôtelier et commercial de la Caserne occasionnent des ralentissements parmi les flux de véhicules qui se dirigent vers le Mont, en haute saison, mais la présence des moutons et leurs déplacements permet aux visiteurs de constater de visu leur inscription dans le paysage, leur existence concrète.

Ce que l'on appelle communément les “ prés salés ” sont des “ herbus ”, c'est à dire des étendues de sol instable, composé de tange, mélange sablo-vaseux et parcourues par de multiples petits ruisseaux, recouvertes par la mer lors des grandes marées, étendues recouvertes d'une végétation adaptée au milieu marin. Cette végétation, contrairement à ce que sous entend l'appellation “ prés salés ” n'est pas salée mais halophile, adaptée à la salinité des eaux et de l'environnement. La viande de l'agneau de pré salé n'est pas salée ni même iodée, mais son goût est fonction de la végétation qu'a ingéré l'animal. Pour que la viande du mouton ou de l'agneau bénéficie de ce goût particulier, il doit avoir passé au moins un an à pâturer dans les herbus, ce qui signifie que beaucoup d'agneaux sont peut-être de jeunes moutons ...

Les herbus du Mont-Saint-Michel ne sont pas “ naturels ”, mais bien le résultat d'une action anthropique : ce sont les aménagements (canalisation et détournement de rivières, poldérisation) réalisés entre 1850 et 1933 pour gagner de nouvelles terres agricoles qui sont à l'origine de l'expansion des herbus... Comme l'indique Alain Miossec, “ *le paysage des marais est “ naturel ” autant que l'homme n'y a pas prêté la main : il se construit lentement au rythme d'un bilan érosion-sédimentation qui fait que ce que la mer apporte est bien supérieur à ce qu'elle apporte dans un lieu abrité des plus fortes houles. Il est fait de ces prairies que colonise la végétation, schorre des baies frisonnes et herbu du Mont Saint-*

Michel et qui dominent l'étendue luisante des vasières, cette slikke que recouvre journallement la mer dans le cycle de la marée ”³⁸.

Pour autant, le mouton de pré salé apparaît comme la créature issue d'un « territoire du vide » (Alain Corbin) , mi terrien mi maritime, territoire partiellement et temporairement recouvert par la mer et au sein duquel l'action humaine semble limitée (comme les installations des pêcheurs) voire absente pour le profane ou le visiteur de passage.

Le mouton de pré salé peut être perçu comme un animal vivant en semi liberté dans un environnement préservé, selon un mode de vie authentique et naturel, à l'opposé des animaux élevés en élevage hors-sol. La présence de quelques cadavres de moutons sur les bords de la digue-route indique également que seuls les plus forts survivent, sans l'intervention de substances pharmaceutiques... L'élevage de moutons de pré salé, tel qu'il est pratiqué dans la baie, face aux visiteurs apparaît comme allant à contrario de la modernité alimentaire et de ses conséquences sur la production animale de masse et de ses avatars récents : maladie de la vache folle, poulets à la dioxine....

Les élevages industriels articulant mode de production taylorisé et intervention permanente des biotechnologies contribuent selon Jean-Pierre Poulain à une “ chosification de l'animal destiné à l'alimentation. Réduit à l'ordre de la matière première, la viande s'en trouve désanimalisée, dévitalisée. Corrélativement et de façon paradoxalement compensatoire, l'animal vivant à “ l'état de nature ” s'en trouve personnifié ” ³⁹ et ajouterons nous valorisé. La présence des moutons de pré salé est en effet mentionnée dans la plupart des guides touristiques ainsi que dans les plaquettes promotionnelles éditées par les collectivités locales, de même que les cartes postales. Cette combinaison entre présence perceptible des moutons dans le paysage et représentation du Mont interagit sur la construction des modes de représentation et de mise en œuvre des relations esthétiques relatives au Mont Saint-Michel dans sa totalité.

Les éleveurs de moutons de pré salé, tant en Normandie qu'en Picardie ou en Bretagne cherchent à faire reconnaître la spécificité de leurs élevages au sein d'une “ Appellation d'Origine Contrôlée Agneau de Pré Salé ”⁴⁰ : une bataille pour la reconnaissance territoriale et culturelle d'un produit d'origine agricole se prépare. L'appellation d'origine contrôlée correspond à la dénomination géographique d'un pays d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractères sont exclusivement ou essentiellement dus au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains. L'appellation d'origine contrôlée implique selon l'Institut national des appellations d'origine (INAO), “ un lien étroit entre le produit, le terroir et le talent de l'homme ”. L'appellation est un signe distinctif de protection, mais elle inscrit également le produit dans un secteur spécifique du marché agroalimentaire

Manger du gigot de mouton de pré salé, c'est rétablir, du moins en faisons nous l'hypothèse une connexion bio-anthropologique du social vers le “ naturel ” et ses représentations, à travers la médiation du mouton inscrit dans un paysage. Cependant, ce paysage est lui-même une production fortement anthropique, investie de nombreuses représentations culturelles et

³⁸ Alain Miossec, *La nature littorale et les formes de sa gestion*, in *Les littoraux espaces de vies*, Dossier des images économiques du monde, Sedes, coordonné par André Gamblin, 1998.

³⁹ Jean-Pierre Poulain, Op. Cit.

⁴⁰ information recueillie dans *Basse-Normandie, votre région*, magazine du Conseil régional, octobre 1999.

de pratiques socio-spatiales telles les pèlerinages traversant la baie. Le goût du paysage au sens figuré comme au sens matériel, le bon, le vrai se mêlent à travers l'agneau de pré salé et sa consommation. De plus l'agneau renvoie à une dimension mystico-religieuse (le sacrifice de l'agneau pascal immolé à Pâques, la personification de l'image du Christ, « l'agneau de Dieu »), qui même si elle est moins présente du fait du recul des pratiques religieuses reste dans doute présente dans les représentations collectives propres à une société soumise aux influences judéo-chrétiennes depuis des siècles

VI - Imaginaires symboliques liés au Mont-Saint-Michel et sa baie

Nous avons eu l'occasion de participer à un groupe d'experts national pour la réhabilitation du caractère maritime du Mont en 1999. Le but de la réunion était de réunir des acteurs ressource pour leur demander de travailler, collectivement, sur les « éléments d'identité » propres au lieu. Il est ressorti de notre travail la synthèse insérée en annexes 1, qui articule selon deux axes (lieu commercial/lieu d'exception et dynamique/passé) les différents critères retenus. Nous la présentons ici à titre indicatif. La liste ci-dessous est, en revanche, issue des enquêtes réalisées sur le terrain entre 1999 et 2001.

Un symbole national

S'il ne fait aucun doute que le Mont procède, par ses caractéristiques physiques et sa situation géographique, du repère territorial, à la limite de la terre et de la mer, et même au-delà, la construction de sa symbolique « nationale », voire parfois nationaliste, emprunte tout autant à son histoire. La mise en scène du petit musée de cire baptisé pompeusement « Grévin », dans la rue commerçante, ne s'y trompe pas : sur fond de commentaires simplistes racontés par la voix célèbre de l'acteur Philippe Noiret, l'histoire montoise et l'Histoire de France s'y confondent jusqu'à l'apothéose qui marque la fin de la visite, la victoire sur les anglais et la France rendue aux français. Cet imaginaire national est partagé par une part importante des visiteurs pour lesquels le Mont occupe cette double posture de limite territoriale fonctionnant comme une protection (à l'instar de la ligne Maginot) et de patrimoine ou de richesse nationale que l'on peut exhiber fièrement devant les étrangers venus nombreux le visiter. Pour un homme de cinquante ans,

« C'est un joyau incontournable, pour moi... dans lequel, bon, je me sens bien... Je dirais que c'est un symbole de la chrétienté et un symbole de la France, parce que quand on n'en entend parler... nous on a eu souvent des contacts avec des étrangers, et pour eux le MSM c'est quelque chose qui leur rappelle la France, en fait. C'est un symbole français, je crois ».

Tandis que pour cette femme,

« On dit que c'est une des sept Merveilles du Monde ; ça fait partie du patrimoine mondial ; on a quand même quelque chose en France ; faut pas croire, tout n'est pas aux Etats-Unis. »

La relation à l'autre peut néanmoins prendre la forme d'un échange, dont le Mont serait la monnaie :

On va leur montrer ça en échange de leur pays qu'ils nous ont montré. C'est la plus belle sculpture de Bretagne. C'est un des plus beaux sites de France ; c'est la huitième merveille du monde

On remarquera que le Mont, s'il fait bien partie du patrimoine national, change ici de région, passant de Normandie en Bretagne.

Le prestige de la France est en jeu et le sentiment de fierté nationale, à l'instar de celui développé à l'égard d'un Concorde ou d'un paquebot France, nous fut souvent exprimé :

« Surtout la France, partout dans le monde, le M-S-M et la tour Eiffel on en parle partout dans le monde. Ça donne un certain prestige à la France. Le M-S-M, c'est plus que la France, c'est l'Occident ».

Quand bien même les repères géographiques seraient-ils brouillés, comme dans le témoignage de cette femme âgée interviewée sur les parkings, le Mont incarne aussi le patrimoine « occidental », celui de l'Occident chrétien médiéval :

C'est imposant, c'est une merveille, on nous l'a dit, c'est une merveille de ...l'ouest. Elle nous l'a dit quelle merveille c'était... C'est une merveille... hein Linette, une merveille...du Pacifique, occidentale. Oui, une merveille occidentale. C'est vrai, c'est une merveille occidentale.

Les usages politiques et commerciaux de l'image du Mont



La photographie du Mont reproduite ci-contre a illustré la profession de foi de Bruno Mégret, candidat du Mouvement National Républicain à l'élection présidentielle d'avril 2002, distribuée aux électeurs. On saisit bien ici l'ambivalence du lieu, repère spatial et temporel national (la permanence, la force) associé à l'idée de « renouveau », tourné vers l'avenir ».

Le Mont est fréquemment utilisé comme attracteur symbolique à vocation commerciale comme pour cette publicité qui invite, sans que sa véritable finalité ne soit révélée, le public à une « visite » dominicale gratuite. Un service de ramassage en bus est mis à disposition du public ciblé (des personnes âgées du monde rural principalement), et la visite culturelle se transforme, en réalité, en parcours commercial dans différentes boutiques vendant des « produits du terroir ».

L'utopie : un ailleurs, hors du temps et éternel

Le sentiment esthétique qui prévaut dans bon nombre de témoignages est lié au fait que le Mont puisse échapper au registre de l'ordinaire, à la temporalité éphémère de nos constructions, à la banalité des lieux habités. L'admiration vouée par les visiteurs à sa construction nous renvoie à sa double dimension d'éternité (ou d'atemporalité) et d'a-topie (ou utopie) en tant qu'il n'est ni véritablement une île, ni terrestre, ni totalement maritime, mais tout cela en même temps, bien qu'il change d'aspect selon les heures de la marée.

Il sert parfois de repère, d'étalon de construction dont on peut vanter la solidité, pour dénoncer le caractère fragile et futile des objets ou bâtiments modernes, tout en rappelant l'admiration que l'on peut vouer au génie des bâtisseurs et autres compagnons :

« On s'y intéresse, ça a deux siècles, c'est presque intacte, c'est pas la merde d'aujourd'hui qui tient deux ou trois mois. On sent que c'est des choses taillées par l'homme, c'est du solide, c'était dans le temps où on trouvait des bonshommes, le caillou était superbe ».

De nombreux visiteurs sont sensibles à la matière même dont est fait le Mont, ce granite des îles Chausey dont l'usure, toute modérée, symbolise le travail du temps sur l'œuvre humaine. La dimension de l'héritage est ici fondamentale, de ce qui va nous succéder et que nous pourrions léguer. Dans une époque où les héritages du présent pour les générations futures sont négatifs (déchets nucléaires, catastrophes écologiques...) et à l'origine d'une nouvelle éthique de la responsabilité, le Mont apparaît comme un héritage positif que nous pourrions transmettre sans éprouver de sentiment de honte :

Le granite, c'est peut être... comment ?... le fait que c'est quelque chose qui va tenir quoi, ... c'est... c'est solide quoi, par rapport à notre société actuelle qui crée des choses qui n'durent pas...c'est... c'est éphémère et tout... ça, on sent que ça va durer après nous et... c'est quelque chose comme ça. C'est très vieux et ça continuera après nous... c'est c'que je ressens. Oui, en plus on vient voir ça comme une bête curieuse justement, ... si c'était dans notre société, on viendrait pas l'voir. Donc, ça ferait partie de notre société et on aurait pas besoin d'aller l'visiter, et ce serait là quoi. Là, c'est un peu à part.

La dimension temporelle de la relation au Mont apparaît parfois plus directement dans le propos des visiteurs sous le signe de la rupture avec le temps quotidien : « On est un peu hors du temps, ça sort de l'ordinaire ».

C'est un lieu où l'on s'oublie comme être ordinaire : « On en a tellement entendu parler, mais on voit plus que ce qu'on dit, c'est jamais la même chose quand on le voit, il y a du beau,

c'est incontestable. On pourra pas dire qu'on a fait le voyage pour rien. On est venu avec les enfants, ils sont contents. La preuve, d'habitude à cette heure là, ils réclament à manger et là ils ne disent rien, c'est bien, on en oublie même l'heure du repas ».

La dimension à proprement parler utopique du lieu émerge enfin dans le décalage introduit cette courte remarque entre l'idéalité visée et la réalité vécue : « *J'aimerais pas y habiter* ».

Le village, l'Architecture, l'œuvre

Au-delà du sentiment d'éternité que peuvent évoquer les vieilles pierres, dans le registre de valeur nommé par A. Riegl *valeur d'ancienneté*⁴¹, la question de l'œuvre occupe une place centrale dans le discours des visiteurs :

« Quand je viens ici, je pense à l'aspect humain de toute cette construction, tous ces hommes qui ont participé d'une manière volontaire ou involontaire à cette construction. Parce que bon, c'est quand même quelque chose de particulier. Au départ, moi c'est ça. Ce travail de ces humains, poussés par la foi, par un tas de choses et qui ont souhaité édifier... »

« Oui plusieurs siècles... un chantier permanent, sachant que ça ne s'est jamais terminé. Moi, ça plus de vingt ans qu'on revient régulièrement et c'est jamais fini. »

L'admiration du public est partagée entre la prouesse technique (à l'instar des pyramides d'Égypte) et l'harmonie et la beauté qui s'en dégagent. D'une manière générale, les impressions esthétiques, surtout lors d'une première visite, sont implicitement référencées et comparées à l'image préconstruite que l'on se faisait du lieu, moins impressionnant que prévu pour les uns « *C'est pas très impressionnant ; je pensais que c'était plus gros.* », ou plus pour les autres : « *Notre première impression, je pensais que c'était plus grand, mais l'impression de départ c'est que c'est merveilleux, c'est magique. Lorsqu'on arrive on pense que c'est très petit* ». Il existe toujours un décalage entre la perception immédiate et le désir de conformité de l'objet qui est devant soi avec la représentation que l'on en a *a priori*.

Les sentiments éprouvés à l'égard de l'architecture sont tout aussi contrastés et ne permettent pas de dégager un jugement majoritaire chez les visiteurs. La restauration du village au XIX^{ème} siècle, auquel on a donné une allure médiévale très largement inauthentique du point de vue des historiens et des architectes consultés, est perçue par les uns comme appréciable en ce qu'elle dégage un sentiment de netteté et de propreté « *Oh, c'est sympa. C'est bien restauré. C'est propre* », tandis qu'elle apparaîtra aux autres comme manquant singulièrement d'âme et d'authenticité : « *Non, pour moi ça colle pas. C'est fabriqué, ouais* ». Cet aspect artificiel et préfabriqué de la grand rue du village est renforcé par le dispositif commercial et l'hyperprésence de l'espace marchand désacralisé.

La nature

⁴¹ Riegl A., *Le Culte moderne des monuments*,

Les représentations de la nature véhiculées dans les imaginaires des visiteurs du Mont sont nombreuses et variées. En effet, de la nature organisée ou anthropisée au chaos originel, de la nature sacralisée ou mythifiée des légendes (forêt de Sissy) à la nature froidement « environnementalisée », les diverses conceptions se télescopent et se recouvrent, s'articulent ou se concurrencent. Les dernières années ont vu, à coup sûr, l'émergence d'une conception plus technicienne et scientifique de la nature (environnement) au détriment des approches plus symboliques.

Il n'empêche que le phénomène des marées, qui place le Mont dans cette position d'entre deux, entre terre et mer, reste l'élément central des systèmes de représentation et la principale curiosité : *« C'est important, du fait de l'impact...de l'histoire de la baie qui se remplit et se vide, mais j'y connais pas grand chose ». C'est l'emplacement qui lui donne cette importance* La marée entourant le Mont – fait rarissime – est attendue et parlée. S'entremêlent parfois des souvenirs vécus et de pures projections imaginaires comme le fait que la digue route qui relie le Mont au continent était, au dire de certains, recouverte lors de leur dernière visite. Ceci est rigoureusement impossible, même avec les plus forts coefficients. En revanche, les parkings, affectés d'une valeur esthétique négative, le sont périodiquement. Ainsi s'exprime le désir, même momentané, d'insularité.

La marée est d'ailleurs autant perçue comme une « histoire », lié au mythe de la « mer qui revient à la vitesse d'un cheval au galop », que comme un phénomène physique et rationnellement explicable digne de curiosité : *« Moi c'est que j'aime bien c'est l'histoire de la mer qui s'retire, qui... c'est ça surtout aussi qui est important. Bon, il y a le MSM, mais il y a ce phénomène aussi de... comment dire...ça va ensemble. »*

La mer recouvre, dissimule, engloutit, produit un jeu d'apparition et de disparition, couvre et découvre les immensités sableuses comme les éléments proches du Mont, *« D'ici, des fois, tu peux voir le parking inondé »* (un homme, à sa femme). Elle sert également de repère temporel, une temporalité cyclique et naturelle en rupture avec le temps social ou historique linéaire : un couple âgé, l'homme : *« 2 h 25, donc elle est basse »*. ce qui n'empêche pas certains visiteurs d'avoir une perception linéaire et progressive de l'évolution du phénomène des marées et de remarquer des changements dans la continuité : *« On connaît un petit peu. Bon, la mer ne vient plus. Et on a pas remarqué qu'elle reculait de plus en plus »*.

Plus complexe est le sentiment, largement éprouvé, d'une certaine unité entre nature et architecture. Le naturel et le culturel se rejoignent dans un double mouvement de naturalisation de la culture d'une part, et de culturalisation de la nature, de l'autre :

« Non mais ici, c'est qui est impressionnant c'est... en fait ils ont construit... c'est c'est qui disent dans le commentaire, en tenant compte du fait que c'était escarpé, que c'était... y s'ont vraiment tenu compte du paysage quoi, et y s'ont construit autour de ce paysage, c'est ça qui... »

« C'est pas comme la tour Eiffel qu'on a construit, on peut mettre ça sur le compte de l'homme, alors que pour le M-S-M il a juste arrangé le rocher ».

Au bout du compte, le naturel peut oblitérer définitivement la caractéristique architecturale, et donc culturelle, essentielle du Mont, comme dans le témoignage de cet homme : « *C'est un vrai rocher, sauvage* ».

Le phénomène de perception paysagère, pour lequel la tour des Nord est très propice, se tient très précisément au centre de la relation esthétique dont on peut faire l'expérience au Mont-Saint-Michel : « *C'est l'endroit d'où on a la meilleure vue sur tout l'environnement* », dira un visiteur. De nombreux signifiants reviennent inmanquablement dans sa mise en mots, évoquant soit l'immensité quasi « désertique » et le calme ou la sérénité,

« Moi, beaucoup vers l'extérieur. C'est l'immensité, c'est désertique tout autour. Mais on a entendu qui s'allait mettre un pont, que ce serait plus une presque île, que ce serait une île quoi... J'trouve ça bien moi, si ça peut résoudre leurs problèmes... non, j'trouve ça... bien. »

soit, dialectiquement, le tourment que peut provoquer ce type de géographie :

« Moi l'paysage autour ça m'plait pas trop. Quand y a pas d'eau c'est triste... A chaque fois j'étais venu de loin et c'était tout l'temps »

Il n'est pas rare, en effet, qu'au Mont une impression ou un sentiment esthétique soit immédiatement contrebalancé par son contraire, dans les jeux d'oppositions calme/agitation, sérénité/anxiété, sacré/profane, pur/impur, etc.

Lieu de culte et de vie monastique

La religion, autant que la nature – qui s'y substitue comme nous tenterons de le montrer – occupe encore une place prépondérante dans les imaginaires portés par les visiteurs et dans leurs attentes. D'une manière générale, le public des visites est fortement laïc et peu de visiteurs s'y rendent à des fins à proprement parler religieuses. Les conditions de la visite sont d'ailleurs difficilement compatibles avec le recueillement et la prière que seule une retraite dans la communauté monastique peut raisonnablement permettre. Pour beaucoup, à l'instar des pays anglo-saxons, la religion est devenue une affaire privée, individuelle : « *ce qui m'intéresse c'est le Mont dans... l'esthétisme du Mont, et bon je rajouterai quand même un autre élément qui est l'élément... heu... disons de... religieux du Mont qui me... plus personnel* ». Pour les autres en revanche, le Mont est et doit rester un lieu à vocation religieuse, même si celle-ci n'est pas exclusive. On peut aller jusqu'à dire que la communauté monastique sert de caution religieuse et sacralisante, aux marchands du Temple bien sûr, mais également dans l'imaginaire de nombreux visiteurs :

« Le Mont sans sa communauté religieuse ce n'est plus le Mont, ça perd son âme. C'est un plus. Il y a une symbolique quand même, qui a son importance...hein ? Pratiquant ou pas pratiquant, y a quand même une certaine symbolique, et il faut essayer de la conserver, et de faire un p'tit peu ce pendant à ce côté mercantile que vous évoquiez tout à l'heure ».

Ainsi le Mont sans les moines aurait « perdu son âme ». Et cette considération en appelle une autre, qui intervient comme une question : comment peut-on concilier vie monastique et surfréquentation touristique ? Cette question, renvoyée aux moines, traduit en fait la contradiction interne qui habite chaque visiteur.

« Oui justement, on lisait ça dans le routard... que les bénédictins y supportaient deux millions de visiteurs (rires)... ça paraît assez surréaliste. C'est assez paradoxal, oui. J'sais pas comment y font... d'ailleurs moi j'me disais que j'supporterais pas ça... y sont quand même à l'écart, non, j'imagine ? »

La dichotomie entre le bas et le haut, le sacré et le profane, le soi et la masse, etc. est omniprésente dans les propos sur la religion. Comme pour ce visiteur, ne pas visiter l'abbaye peut être considéré comme un « manque » :

« Moi non, mais c'est la première fois que je visite l'abbaye. Je trouve que c'est bien de voir l'abbaye parce vraiment ça... y manquait quelque chose. En fait à chaque fois que j'y venais, c'était fermé, là j'trouve que ça permet quand même d'accéder, j'crois, au sommet... et puis bon, d'avoir un peu plus l'histoire quoi. Parce que finalement, à chaque fois, j'ai fais les remparts... (rires)... en bas c'est très touristique »

Pour cet autre visiteur, « si on enlève l'abbaye à mon avis, il reste plus grand chose », voire, pour sa femme « il reste plus rien ». Mais là encore, des interrogations plus ou moins conscientes subsistent, notamment celle de l'égalité des conditions face à la difficulté d'accéder à l'abbaye, au lieu suprême. Cette question est revenue souvent, sous la forme particulière à l'époque qu'on lui connaît : « J'me demandais tout à l'heure comment les gens en fauteuil roulant pouvaient venir visiter le site. Oui j'me suis demandée si y avait des ascenseurs réservés à... parce qu'en fait ce n'est pas accessible ». La difficulté d'accès se transpose ainsi dans l'imaginaire égalitaire de l'époque en une interrogation sur l'accessibilité à l'abbaye par les handicapés.

Parfois enfin, l'imaginaire religieux donne lieu à de curieux mélanges ou déplacements analogiques. Des visiteurs parlent de la " girouette " au sommet de l'abbaye pour qualifier le statut de l'archange Saint-Michel, ce dernier étant fréquemment appelé « St Gabriel », et des jeunes gens y voient le christ.

« Oui, je sais qu'il y avait des moines et que c'est l'archange Saint Gabriel qui a dit à je ne sais plus quel prêtre qu'il devait construire une Abbaye ».

« Il y a des pèlerins qui sont venus. C'est Jésus-Christ, non ? »

La prison, le château, l'imaginaire médiéval

Les différents éléments de l'imaginaire médiéval se télescopent volontiers dans le discours des visiteurs « non historiens ». Hormis pour quelques spécialistes d'histoire religieuse ou d'architecture, le Mont est souvent assimilé à un château (le bourg castral enfermé derrière ses remparts) :

« Je sais pas comment vous expliquer, je voyais ça comme un grand château au milieu de l'eau..., c'est beau, c'est tout »

et bien sûr chez les enfants : « Oh, elle va pas entourer le château ? »

L'évocation de l'imaginaire des contes, alimenté par l'existence de grands mythes et légendes rattachés au Mont et empruntés à divers registres (la forêt de Sissy ; Aubert recevant la parole de Dieu ; l'Archange Saint-Michel terrassant le dragon ; la marée remontant à la vitesse du cheval au galop, etc.), se traduit dans le discours esthétique par des évocations ou des comparaisons rattachées au merveilleux : « *Quand on est arrivé cela m'a fait penser à un paysage de conte de fée, au loin, en arrivant. Le qualifier ..., à part spécial, je ne vois pas* ».

Mais la référence au Moyen Age peut prendre une forme plus historique, renvoyant au passé glorieux et plus ou moins mythifié, que l'on peut comprendre comme l'expression d'un besoin d'histoire. Le Mont apparaît alors comme le lieu même où s'est déroulé l'action, à l'instar des grands champs de bataille, comme un « livre d'histoire à ciel ouvert » portant encore les traces – les preuves – de l'histoire :

« *Toute l'histoire qui peut y avoir en ce monument quoi... Nous on vient de Blois et au château de Blois, ben, y a quatre haies, quatre histoires différentes... c'est un peu toute l'histoire de la France qui... qu'on peut voir en un seul bâtiment quoi* ».

Ainsi, le besoin d'histoire ne tarde-t-il pas à se faire parfois sentir chez le visiteur se sentant incapable d'en saisir le sens à partir des traces exposées devant lui :

« *J'me suis pas tellement documentée avant donc, tout est intéressant quoi. On vient, on voit les pierres, on voit ceci, on voit cela, mais quand on connaît pas l'histoire... c'est bien de connaître un p'tit peu le fond de l'histoire, c'qui s'est passé avant* »

Dans ce cas, la *valeur historique* du monument prend le pas sur sa *valeur d'ancienneté*⁴².

Un lieu mythique et spirituel

La dimension mythique et spirituelle du lieu renvoie pêle-mêle à la pensée magique, au merveilleux et aux contes et légendes. Les notions de « force », de « miracle » et la figuration de puissances surnaturelles revêtent dans les récits de nombreuses dimension :

Celle de la création divine, tout d'abord :

« *C'est bien, c'est beau, c'est la nature qui a fait du M-S-M le M-S-M, c'est l'œuvre de Dieu, moi je trouve, et les hommes ont fini par l'améliorer* ».

la dimension « magique », le miracle de la création :

⁴² Voir Aloïs Riegl, *Le Culte moderne des monuments*

« C'est un endroit magique, ouais c'est magique moi je suis venue euh quand j'étais toute petite et à chaque fois que je viens là ça me fait toujours la même impression, c'est comme magique, je sais pas quoi vous dire d'autre. C'est tellement invraisemblable de voir comment c'est construit, on se demande comment ils ont pu faire ça ».

On y attend également des miracles :

« On attend qu'un miracle se produise pour que la vie aille mieux. Moi j'attend ça. C'est ou la révolution ou le miracle. Faudrait qu'il se dépêche.(...) En plus, on tombe bien parce qu'il fait très beau. Moi je ne l'ai jamais vu sous un beau soleil comme ça. La dernière fois je l'ai fait à pieds, on a fait la traversée à pied, c'est très agréable aussi ».

On y sent une force mystérieuse :

« Je sais pas, c'est en granite... y a une espèce de force qui s'dégage, c'est assez puissant quoi ».

Plus largement, la verticalité du l'édifice, tout droit connecté aux puissance divines et au cosmos, lui confère un rôle de médiation avec le ciel, le monde invisible :

« Pour moi, c'est... un lieu spirituel quand même, c'est un lieu un peu magique et historique aussi. C'est l'aspiration vers le haut ».

C'est également un lieu de régénération ou l'on vient se ressourcer, voire trouver une nouvelle jeunesse, comme dans les lieux de purification :

« Pour moi le Mont c'est un espace ou je viens me ressourcer, donc le MSM c'est l'idéal, quoi. Et je dirais, c'est l'idéal hors saison. Juillet / août, c'est impossible. Là, c'est magnifique... même, j'dirais là où tu as de la chance, y fait beau, mais c'est un lieu ou il y a quelque chose ».

Cette intensité sensible se traduit pour d'autres par un désir d'artialisation autre forme de sublimation du lieu :

Une dame âgée : « C'est tellement beau que j'aimerais en faire un tableau. On peut tout percevoir car c'est tellement intense tout ce qu'ils ont fait. »

Imaginaire médiéval et pensée magique : le jeu de la Tour du Nord

Il existe, dans la tour du Nord, un rituel que l'on retrouve parfois dans certains lieux publics tels que les fontaines, les puits ou tout autre sorte de lieu *inaccessible* dont on peut néanmoins voir le côté interdit : un petit panneau disposé sur le pourtour de la tour creuse, qui se présente comme une sorte de puits, accueille le visiteur avec l'indication suivante « Jetez une pièce et

faites un vœu ». Le message fonctionne comme une injonction et institue une relation particulière au lieu pour qui décide de donner prise.

Une jeune femme, en couple : « *Ah ben, si c'est marqué JETEZ UNE PIECE, on va en jeter une* ». De très nombreux visiteurs se prêtent volontiers au jeu, tantôt mère de famille sollicitée par ses enfants, tantôt amoureux romantiques s'adonnant au rituel avec le plus grand sérieux (une jeune femme, en couple, d'une vingtaine d'années : « *On verra si notre voeu se réalise* »), tantôt familles en sortie dominicale prenant le tour en dérision à la manière d'une attraction de foire sujette à une série de commentaires légers.

L'histoire du rituel de la pièce traverse les mémoires et fait désormais partie des repères qui permettent de créer une temporalité spécifique au lieu, tout en donnant à la visite un sens mystique et magique, comme dans les lieux de guérisons miraculeuses. Une femme nous dit de sa fille : « *Son voeu s'est exaucé. Elle avait jeté une pièce pour se marier et elle s'est mariée après* ». Temporalité de visite et histoire familiale sont liées.

Pourtant, les interprétations de ces objets esthétiques, puits géant mystérieux sur la margelle duquel on peut déambuler entre le fond obscur et vertigineux où luisent quelques pièces, d'un côté (il s'agit d'une tour dont on a retiré les étages en fait), et le panorama étendu de la baie, de l'autre. Un enfant d'environ sept ans demande à sa mère : « C'est quoi le trou ? » « Ben, c'est un trou à prisonnier ». L'imaginaire du cachot, du lieu carcéral où l'on peut néanmoins voir le prisonnier fonctionne à plein, comme en témoigne le propos de cet autre enfant et sa grand-mère : « *Au Moyen-Age, il y avait des lions, on les bloquait dedans, et on jetait le prisonnier et le lion le mangeait.* »



La Tour du Nord, aux environ de midi, le 15 août. On aperçoit le « puits » au centre.

Certains s'autorisent cependant à déroger à la règle de l'échange qui s'est établie entre la puissance en mesure d'exhausser le vœu (qui n'est jamais nommée, pas même Saint-Michel) et la pièce que l'on jette. Une femme, en couple, d'une trentaine d'années : « *Oh moi, j'ai pas envie de jeter d'argent. On jette rien mais on fait un voeu quand même* ». Mais l'invocation de la force qui réside dans le lieu demeure. Nous avons ainsi pu assister à un moment tout particulier et révélateur de la signification de ce rituel déjà ancien de la tour du nord, lorsque quelqu'un s'introduit au fond de celle-ci, précisément pour collecter les pièces de monnaies (et objets

divers) qui y ont été jetées. L'aspect sacrilège de l'opération, lorsqu'elle est réalisée sous les yeux du public, nous rappelle combien sont sacralisés le rituel, et le temps et l'espace dans lequel il se déroule. Quelques commentaires entendus parmi les visiteurs présents pendant qu'un homme, au fond de la tour, ramasse les pièces :

Un enfant à sa mère : « *Je peux aller ramasser les pièces ?* »

Un autre enfant : « *Vous allez arrêter de voler les pièces !* »

Une femme : « *Comment il est descendu ?* »

Une autre femme : « *Vous n'avez pas le droit, c'est interdit.* »

Une femme âgée : « *Ça doit être des gamins de la ville, ils connaissent le chemin.* »

Un enfant : « *C'est un trou à faire que les gens gagnent de l'argent.* »

Un homme, d'une cinquantaine d'années, s'apprête à lancer une pièce mais, apercevant l'homme au fond de la tour, il la remet dans son porte-monnaie : « *Ça ne vaut plus le coup maintenant* ». Et sa femme d'ajouter : « *Oh ben oui, tu te souviens l'année dernière, y'a deux mecs qui balayaient* ». Il lui rétorque : « *C'est plus comme avant, il n'y a plus de signification ; notre vœu ne sert à rien, il ne veut plus rien dire.* »

Cette anecdote permet de mettre en évidence qu'une pratique ritualisée, instituée par le seul panneau « jetez une pièce » posé par quelques montois et ne reposant sur aucune légende préalable, ne garde sa force symbolique qu'à condition de ne pas être désenchantée. Elle résume à la fois la fragilité du registre magico-symbolique à l'épreuve du matériel (l'homme qui s'enrichit en « volant » les pièces) et la forte demande de légende éprouvée par les visiteurs dans le lieu même, fort bien illustrée par le commentaire suivant : « *Si les gens jettent des pièces, c'est qu'il doit y avoir une légende* ». Le dispositif tendu par les quelques personnes qui ont accès au fond de la tour, et qui ne peuvent être que des gardiens municipaux, fonctionne comme un catalyseur de cette demande de mystification et de pensée magique qui ne trouve nulle part ailleurs de possibilité d'être ainsi mise en pratique, si l'on prend soin de la séparer de la croyance religieuse bien entendu.

Le commerce

Le discours esthétique sur le Mont est, nous l'avons vu, toujours paradoxal. Nécessité est faite au visiteur de « pleine saison » de s'accommoder du tourisme, des autres touristes autour de lui, et d'assimiler symboliquement leur présence ainsi que celle des infrastructures à caractère purement commercial qui sont comme autant de « pièges à touristes ». Confrontés à une double contrainte, dénonçant d'un côté la gêne engendrée par l'excès touristique et la dimension *a priori* trop ostensible du commerce, les visiteurs reconnaissent de l'autre la nécessité de *l'économique* en général, sur fond de remarques du type « il faut bien manger ! », ou encore « il faut que tout le monde puisse travailler », etc. Ceci n'est pas sans rappeler, sous une forme moins dramatique, des observations que nous avons faites dans le cadre d'un travail d'enquête dans la région nucléarisée du Nord-Cotentin, où la contradiction résidait entre le travail et la santé. Là aussi, il faut concilier, coûte que coûte, la nécessité économique et la sacralisation de la valeur travail (dont les petits commerçants laborieux sont l'incarnation) et le désenchantement produit par cette matérialité face aux attentes spiritualistes et esthétiques qui sous-tendent la visite.

Une ambiance très « business » :

« Moi je pense que si l'on veut visiter le mont, il faut voir l'Abbaye. C'est la première fois que l'on vient et on s'est dit qu'il fallait la voir au moins une fois et à mon avis c'est même à revoir . Il y a trop de choses on ne peut pas tout voir en une journée surtout que l'on doit avant 20 h à cause de la marée. Bien évidemment, il y a trop de monde, trop de touristes et c'est pas suffisamment silencieux même dans l'église où c'est marqué « silence » les gens parlent. Mais bon , c'est très « business » aussi, dès qu'on passe la porte, la première rue piétonne, c'est « business » à fond . Moi il est clair que j'aimerais le revoir dans le calme total mais il faut venir dans des périodes creuses. En ce moment on est pas dans le bon créneau mais il y a le beau temps qui y fait quelque chose. Je pense que cela doit être différent quand il y a de la brume ».

Le commerce..., c'est la vie :

« L'homme dès qu'il trouve quelque chose dans la nature, cherche à l'exploiter par le commerce, c'est la vie. Les commerces poussent un peu partout à partir du moment où il y a des touristes, on ne peut rien faire malgré qu'on pourrait en faire autre chose, par exemple, pour les gens, en faire des hôpitaux, des centres pour Handicapés. Mais bon, c'est quand-même les commerces qui payent les impôts, il y a les deux cotés des choses, il y a le bien et le mal. Ils pensent commerce que charité ».

Ainsi, veut-on éviter les commerces..., mais il en faut :

« Je préfère passer par les remparts et tous ces passages, par ici, et par les remparts de l'autre côté.... ça fait partie... bon c'est normal, ça existe... heu bon, le côté commerçant existe, mais bon pour la pratique personnelle je préfère passer par-là. Mais le commerce, ça devient incontournable je dirais, à notre époque. Maintenant tout lieu touristique en amène automatiquement ».

Néanmoins, certains visiteurs « font » la rue commerçante en considérant qu'il s'agit d'une activité normale et positive, participant du sens du lieu (un peu comme on « fait » les boutiques du centre ville le samedi après-midi) :

« Pour le moment, on a fait beaucoup de commerces, voilà. Pour le moment, on a fait cette rue. Oui, comme dans tout site touristique, il y a toujours des commerces, après on s'y arrête, on s'y arrête pas, ... après ça, c'est personnel, hein... »

La référence à un « grand magasin », au modèle du supermarché, revient d'une manière récurrente dans les discours :

« Le seul truc qu'on peut reprocher comme dans beaucoup de, c'est que ça devient un supermarché, ça c'est un peu dommage, parce que un peu c'est normal, mais là c'est plus un peu, là ça devient vraiment un supermarché, on n'arrive même plus à avoir de recul pour voir la beauté, euh, là c'est un peu dommage, on a visité bien d'autres sites en Bretagne qui sont comme ça, c'est comme ça ».

« Ben, nous on n'a pas encore commencé la visite, mais à priori, c'est un grand business, un grand supermarché. Pour l'instant, hein, du moins, ça s'arrête au grand business, ça s'arrête un peu là, mais je m'y attendais ».

Plus péjorativement, il est fait référence au parc d'attraction (où tout est simulacre), et à Disneyland plus précisément :

« Il faut absolument dormir ici pour être dans le cadre. Ma première impression de la rue principale avec tous les vendeurs de bibloterie, on a l'impression d'être chez Disney. Et puis après tout cela s'efface, il ne faut plus passer dans cette rue; et le moment magique c'est la visite de l'Abbaye ».

L'exemple de ce visiteur allemand qui a eu l'idée de venir visiter le Mont après l'avoir découvert dans une publicité pour la marque automobile Renault en Allemagne introduit une nouvelle dimension dans le rapport du lieu à l'imaginaire du commerce : celle du marketing.

« On est jamais venu avant et on a eu envie de venir en découvrant le Mont dans la pub de Renault qui passe en Allemagne: on voit une voiture Renault qui passe à toute allure sur la digue ».

La foule

Comme le commerce, la foule constitue un obstacle pour la qualité de la relation esthétique recherchée par de nombreux visiteurs, bien qu'elle participe grandement de celle qu'ils vivent effectivement. Une contradiction, qui émerge dans le discours sous la forme d'un conflit, oppose et dialectise la dimension spirituelle du lieu et la présence des autres, présence massive d'autres qui ne sont pas croyants. La foule est curieuse, consumériste, voyeuriste, etc., et renvoyé du côté de la matérialité, opposée à la spiritualité. Elle constitue même un frein à la possibilité d'éprouver celle-ci.

« Moi ce que je ressens, mais c'est très personnel et ce serait long à expliquer, c'est plus spirituel mais c'est très difficile de ressentir le côté spirituel de l'endroit à cause du monde. Mais bon, pour moi, c'est quand même une très bonne chose, car je n'ai pas mal à la tête et cela veut dire qu'il n'y a pas d'ondes négatives, mais c'est plus compliqué. Disons que c'est pas trop mal entouré, on peut le dire ».

Dans un autre registre, la présence massive de l'autre fait perdre au lieu son caractère d'authenticité :

« Vous parliez tout à l'heure des rues commerçantes, bon quand on est devant en pleine saison ou quand on les voit là, il n'y a aucunes comparaisons possibles... Bon là, c'est pareil, c'est une question de choix. Nous sommes de ceux qui préfèrent ne pas être dedans... c'est surtout la foule, c'est ça qui est un petit peu dommage, ça perd de son authenticité ».

Au-delà des problèmes socio-symboliques que pose la foule au visiteur, elle peut constituer un obstacle pratique, physique, les jours de grande affluence :

« Oui, on vient toujours à la même saison parce que déjà aujourd'hui il y a plein de monde, c'est vrai l'année dernière y'avait pas cette foule là. Y'avait déjà du monde mais y'avait moins de monde qu'aujourd'hui. L'été c'est infect, on peut pas monter les marches, ça décourage un peu ».

Une jeune femme, qui l'a visité puis qui y a travaillé, avoue contre toute attente percevoir plus la présence des touristes en étant en situation de travail qu'en tant que visiteur :

« La première fois, c'était avec l'école. Je suis revenue avec mes parents et des amis. J'ai travaillé ici l'été dernier. C'est pas la même chose d'y travailler que de le visiter. Quand on y travaille on voit le monde qu'il y a. Je pense qu'on a de la chance d'avoir ça chez nous, on en est fier. Je comprends qu'il y ait du monde, des étrangers qui soient émerveillés mais moi c'est vrai que je le connais, je le vois tous les jours, ça devient un bâtiment comme un autre quoi ».

Références à d'autres lieux

Le Mont-Saint-Michel, nous l'avons vu, peut ne devenir qu'un prétexte à l'élaboration d'un discours esthétique dont le centre sera placé hors du lieu. De Mont « écran » (pour le créateur de spectacle Jean-Michel Jarre) au Mont « bernard l'ermite » selon la formule de l'ancien administrateur Nicolas Simonet, il peut être également abordé en référence à un autre lieu qui « lui ressemble » ou qui du moins s'en rapproche à différents titres.

La référence à Carcassonne est revenue plusieurs fois :

« Ca m'inspire une île simplement de loin, ça ressemble plutôt à un Carcassonne sauf la flèche qui est impressionnante, mais le reste, ça reste médiéval ».

« C'est unique, c'est une conception unique, ça a son style, son genre. Bon, nous, on connaît dans la région de Toulouse la Cité de Carcassonne. Mais tout ça, c'est spécifique ; bon, oh, je dis que c'est normand, y'en a qui disent que ça peut être les deux hein. C'est la Manche quand même, et la Manche d'après moi, c'est La Normandie ; c'est incomparable ».

Juste avant Saint-Paul-de-Vence :

« Je sais pas si vous connaissez mais ça ressemble beaucoup à Saint Paul de Vence, c'est dans le sud, un petit village dans le sud qui est comme ça très typique avec des pavés partout, avec euh, donc euh, des rues très étroites, c'est enfin c'est typique quoi et puis y'a des maisons en colombages comme ça, c'est resté d'époque, c'est pas mal ».

Ou encore, la référence à des centres ville anciens :

« Ca me rappelle les ruelles de Montpellier ».

VII - La visite : pratiques esthétiques ordinaires

Entre errance et stratégie

La visite du Mont-saint-Michel fait l'objet d'une organisation parfois assez méthodique, planifiée et programmée, et donne lieu à la mise en œuvre de nombreuses stratégies de la part des visiteurs, dont l'objet est de rendre la relation au monument conforme à l'image que l'on en avait au préalable. Ces stratégies visent principalement à éviter la foule et à trouver les moyens de parcourir le village ou l'abbaye en occultant, en oubliant la surfréquentation. Certains, comme dans de nombreux monuments, choisissent une heure matinale, avant l'arrivée de la « marée humaine » : « *Oui, c'est à cause de la foule que nous partons. On est venu tôt ce matin. Là, on est venu en avril, d'habitude on vient plutôt en février, quand y a personne* ». D'autres évitent les grandes périodes d'affluence : « *Du fait que nous avons la chance d'être dans la région, on évite toujours de venir en période d'affluence pour en profiter dirons-nous, d'une manière plus... plus agréable à notre... à notre avis...* ». La qualité de la relation esthétique est, ici, centrale, et la connaissance du lieu certaine.

A ces raisons pratiques, qui engagent néanmoins la question de la relation esthétique, s'ajoutent des motifs à proprement parler esthétiques, tels que la qualité de la lumière en fonction des heures de la journée ou des saisons. Un visiteur habitué : « *Le matin particulièrement, quand on arrive... Le matin avec le soleil levant, avec le Mont, c'est superbe... Le soleil qui donne sur les pierres, c'est très beau* ».

Du point de vue du regard, et de sa « mise en pratique », la tendance majoritaire du visiteur est de vouloir « tout voir », (« *Quand on est quelque part, on aime bien tout voir, tout apprendre* »). Cette attitude nous a été confirmée par les acteurs ressource que nous avons interrogés, notamment les guides et conférenciers de l'abbaye. Cela pose, entre autre, la question de la place de l'imagination dans la relation visuelle aux objets exposés, dans laquelle le caché, de non-visible, le non-accessible ou encore le « hors champs » joue un rôle fondamental.

L'imaginaire médiéval omniprésent au Mont travaille, a contrario, le jeu de la dissimulation, de l'ombre, de l'inaccessible. Les cryptes et couloirs souterrains de l'abbaye dessinent en effet un labyrinthe, ou un dédale, où l'on aime à se perdre et dont le sens réside précisément dans sa capacité à désorienter le visiteur : plusieurs possibilités, plusieurs issues s'offrent en permanence (cependant limités par de nombreux panneaux « sens de la visite » ou « sortie ») alors qu'aucune lumière extérieure ne permet de trouver les repères cardinaux. « Tout voir », impératif de transparence propre aux sociétés de communication avancées dans lesquelles les lieux interdits ou tabou se visitent librement (l'intérieur du corps...), procède finalement du désenchantement et de la démythification qui caractérise les nouvelles formes de relations esthétiques émergentes.

La médiation technicienne, celle notamment des prothèses de guidages par l'intermédiaire desquelles s'établit, pour ceux qui en ont fait le choix, la relation esthétique au Mont, participe également du sentiment de désenchantement éprouvé par certains visiteurs. Affublés du sobriquet d'« oreilles de Mickey » à cause de l'allure qu'ils donnent à ceux qui les portent, les audioguides mettent en jeu une signification contradictoire en ce qu'ils se situent « à la pointe du progrès technique ». Technique numérique, virtuelle, le lecteur de disque « laser » tranche radicalement avec l'esprit d'« authenticité » et de durabilité du lieu, avec l'hyperprésence et l'aspect massif du granite.

Au-delà des anecdotes qui ont marquées leur mise en place (certains disques délivraient des commentaires concernant le château de Chambord au début), l'audioguidage, s'il séduit par son aspect pratique et peu contraignant (il n'a pas l'exigence d'un guide, on peut le stopper quand on veut...), provoque également un certain malaise chez certains visiteurs dans la mesure où, contrairement au guide, il ne prévient pas les erreurs d'orientation. Une femme âgée : *« J'ai du mal à être dans les temps ! C'est à dire qu'on est allé trop vite nous... par rapport au... parce que quand on a monté le grand degré là, l'escalier là, moi j'avais pas ré-appuyé, c'était pas marqué donc, ... j'suis arrivée là, j'écoutais c'qu'y avait là-bas ! Mais sinon c'est bien... oui. Non, c'est bien moi j'trouve. L'intérêt moi j'trouve, c'est plus libre qu'une visite guidée quoi... on s'arrête quand on veut... on peut revenir en arrière, on peut faire c'qu'on veut ».*

Les enfants demeurent une raison fréquemment invoquée de la visite du Mont. Il n'est pas rare que des visiteurs, surtout français, considèrent le Mont-Saint-Michel comme une étape essentielle de l'éducation culturelle de leurs enfants, à l'instar du Louvre ou d'autres grands monuments nationaux.

Une mère de famille : *« Non, je suis venu pour mes enfants, mais pour moi il n'y a plus de surprises. ».* Parmi ceux-ci, la plupart est venue visiter le Mont dans sa jeunesse et souhaite reproduire ce « rite initiatique » avec sa propre descendance, ou en assurer la continuité. *« En fait moi j'ai accompagné plutôt. C'était pour la petite pour qu'elle connaisse car elle n'est jamais venue, et aussi par curiosité. Moi je suis venue il y a longtemps... ».* Parfois même, les grands-parents y amènent leur petits-enfants : *« Non, la deuxième, la première je suis venu avec ma femme et cette fois j'ai voulu amener mes deux petits enfants. Maintenant, je n'y reviendrais plus ».* La visite au Mont, lorsqu'elle s'inscrit dans un souci d'éducation parentale, prend souvent la forme d'un devoir, d'un impératif. Interrogés sur leur souvenirs d'enfance de la visite, les visiteurs devenus âgés admettent avoir conservé la mémoire de détails qui leurs paraissent sans importance aujourd'hui.

Une femme retraitée : *« j'y suis venu dans la petite enfance, mais je ne m'en souviens pas particulièrement, si ce n'est quelques points de détails, et non pas du Mont d'ailleurs... Bon après j'y suis revenu beaucoup plus tard... à vingt et quelques années ».*

Un homme âgé : *« En tant qu'enfant ? Je me souviens des détails familiaux qui n'avaient rien à voir avec le Mont. Sur la grève, chercher des coquillages ou des choses comme ça disons. J'avais pas l'image du mont dans les yeux. D'autant plus que tu découvrais la mer. »*

On y amène également volontiers des amis, et l'on s'extasie à nouveau, comme ce couple de retraités d'une soixante d'années :

« C'est au moins la septième fois, sept ou huitième fois et à chaque fois on a tellement plaisir à y revenir qu'on amène des amis quoi pour voilà, c'est tellement joli, c'est vrai c'est beau. La première fois c'était grandiose quoi, d'ailleurs ce qui fait la merveille du monument c'est qui transportaient tout vous savez, euh avec les moyens du bord et il fallait qu'ils montent tout et c'est ce travail incroyable, parce qu'ils n'avaient aucun appareil de maintenant. »

Les enquêtes réalisées sur les parkings et dans le village, aux heures de pointe et les jours de grande fréquentation surtout, ont permis d'interroger – difficilement – le public le moins préparé à la visite, le plus souvent d'origine sociale modeste, pratiquant une visite que nous avons qualifiée d'« indifférente ». Peu intéressés par l'abbaye et les musées, arpentant exclusivement la grand rue commerçante, attirés par le spectacle du battage de l'omelette pseudo-traditionnelle de la Mère Poulard, et n'ayant qu'une idée vague du lieu dans lequel il se trouvent (le « château », l'Eglise,...), ce public argue le plus souvent les raisons de la non-visite de l'abbaye en se rabattant sur des contingences matérielles immédiates. Une bonne partie d'entre eux est, par exemple, encombrée d'un chien (interdit dans l'abbaye) ou d'une poussette : « *On promène le chien et les enfants sont plus loin. On est passé parce qu'on était sur la route, mais c'était pas prévu. Je n'ai pas vu grand chose et on a décidé de partir à cause du chien* ».

Il existe, mais ils sont peu nombreux, des visiteurs spécifiquement amateurs du Mont, qui reviennent régulièrement parfaire leur connaissance du lieu, sans pour autant perdre espoir d'y sentir et éprouver de nouvelles sensations, ou à tout le moins d'y avoir expérience esthétique.

« C'est ma quatrième visite au Mont, mais c'est seulement la deuxième fois que je visite l'abbaye. Je veux le découvrir par étapes, de la visite guidée à la visite conférence ».

« La visite conférence c'est plus vivant, on a plus d'informations et ça évite d'avoir à les lire dans chaque pièce, les informations, donc c'est plus vivant, plus sympas, plus agréable donc voilà. En fait, par rapport avec les cassettes ouais, c'est, c'est moins humain en quelque sorte ».

Attitudes des arrivants et des partants

L'observation des abords du village nous a permis de cerner de plus près les comportements dominants des visiteurs pris dans les deux grands flux, celui des arrivants et celui des partants. Les visiteurs ne passent, en général, que peu de temps en dehors du monument à l'arrivée. Ceux qui viennent par un moyen de locomotion personnel (voiture, moto, vélo) prennent le temps d'arriver jusqu'au monument mais ne marque que peu d'arrêt avant de pénétrer dans le village, derrière la porte fortifiée. On ne sacrifie pas cependant au rituel photographique qui consiste à appréhender le Mont dans sa totalité, à le saisir entièrement, avant d'y pénétrer. L'objet tout entier se donne ainsi d'abord à l'objectif, avant d'en détailler les éléments constitutifs, murailles, porte, canons exposés à l'entrée, etc. L'observation du pied des remparts est le moment du premier contact physique avec le « corps » du Mont qui se donne à saisir comme un géant endormi. Les visiteurs, plus rares, qui viennent à pied, prennent évidemment le temps de contempler le monument d'une manière beaucoup plus dynamique en mettant en scène le temps de l'approche par l'intermédiaire de la photographie ou de la vidéographie par exemple, cherchant à mettre en valeur les meilleurs points de vue *extérieurs* au lieu : le Mont et la baie, les moutons, les éventuelles barques de pêche échouées sur la grève...

Lorsqu'ils repartent en revanche, les visiteurs se retournent peu vers le Mont qu'ils viennent de visiter et tournent leur regard vers la baie et son immensité, vers les polders et les herbues. Le tumulte de la visite, l'encombrement des symboles présents à l'intérieur du Mont,

notamment dans la rue marchande ou les musées y sont pour quelque chose. La sortie s'apparente souvent à une « décompression » physique et symbolique, et la baie, entre nature sauvage (chaos) et nature anthropisée, est le seul lieu où l'on puisse retrouver la sérénité et l'enchantement que produit l'abbaye. Nous pourrions dire qu'il existe une correspondance esthétique entre le lieu de culte et la nature environnante, mythifiée, les deux espaces, qui sont aussi deux territoires de l'imaginaire, étant séparés par le village, lieu du factice, du commerce et de la foule.

La visite contrainte : voyages scolaires

Les entretiens réalisés auprès de jeunes adultes ou d'adolescents permettent de repérer certaines des caractéristiques des premières prises de contact entre le site et des personnes alors enfants ou pré-adolescent(e)s.

Dans le cadre de ces premières prises de contact avec le site, le voyage scolaire, soit en groupe, soit le voyage ayant une motivation issue du cadre scolaire, comme la visite liée à la présence d'un(e) correspondant(e) étranger(e) sont parfois l'occasion d'une des premières prises de contact avec le site. L'aspect récréatif et ludique semble dominant dans les souvenirs émergents des entretiens :

« La deuxième visite, c'était avec le lycée, avec le groupe théâtre, on a visité l'abbaye, en visite guidée, c'était très chiant, je ne suis pas attirée par l'histoire et par les vieilles pierres... en plus on était avec un groupe de roumains venus faire du théâtre, et comme ils sont très chaleureux, sur la terrasse, euh la plate-forme (la Terrasse de l'Ouest), je n'ai rien écouté du tout »⁴³

« J'y suis allé quand j'avais quinze ans, avec mon correspondant allemand. Il avait acheté du « slam », une espèce de gelée verte fluorescente, qui colle. Il balançait ça par la fenêtre du car, ça me faisait pitié.... Je me souviens aussi des rabatteurs, et puis le monde au village, le monde, le monde »⁴⁴

Pour autant, ces premiers souvenirs, qui sont construits sur les temporalités, les centres d'intérêts, les affects et les modes perceptifs de l'enfance et de l'adolescence n'empêchent pas un ou plusieurs retours une fois adulte, notamment chez les individus habitant la région.

« Je suis revenue avec une copine qui n'était pas de la région, qui n'avait jamais vu le Mont et deux copains. On s'est arrêté, on a monté la rue principale jusqu'à l'Abbaye, puis on est redescendus par les remparts, là où il y avait moins de monde... »

Cependant, ce retour sur le site, peut se faire sans intention d'accomplissement ou de sensibilité esthétique particulière : on peut retourner au Mont parce que c'est un site touristique, célèbre, que l'on peut faire découvrir à ses amis. Le Mont peut ainsi juste servir de cadre à la réalisation d'une photo souvenir, souvenir d'un être ensemble éphémère :

⁴³ Entretien avec D., étudiante, 20 ans, mars 2002. Durée 45 minutes.

⁴⁴ Entretien avec O., étudiant, 21 ans, mars 2002, durée 1 heure, habitant Saint-Jean Le Thomas, commune de la manche riveraine de la baie du Mont Saint-Michel.

« J'ai fait plusieurs photos mais plus pour le souvenir, parce que c'était nous dessus plus que pour le Mont »

Pour autant les usages sociaux de la photographie sont très variables ; ainsi l'entretien avec D. révèle que la photo souvenir en question reste dans son agenda, tandis que les photographies de O. sont dans des albums qui « ne sont jamais ouverts ».

Une visite « libre » sans guide de l'Abbaye

Dimanche 5 novembre 2000, l'abbaye étant ouverte grand public, un couple avec deux enfants et un membre de la famille.

Itinéraire : Comptoir du patrimoine (guichets), grand d'ouest, terrasse de l'ouest, abbatale, librairie, cloître, réfectoire, s'au, le comptoir du patrimoine.



Devant les maquettes, avant la terrasse de l'ouest :

- le grand-père : « cela s'appelle un chef d'œuvre de l'art roman, suite de la visite.... »

Sur la terrasse de l'ouest,

un des deux enfants : « ah, elle est pas mal la terrasse de l'ouest », puis pénétrant dans l'église abbatiale, « nous voilà dans l'église du Mont Saint-Michel », « chut » des parents.

L'homme appelle sa femme « Chérie », pendant la messe, qui a lieu durant la visite dans l'église abbatiale, puis s'apercevant de la célébration : « ah oui merde, on est dans une église »

L'homme joue avec sa femme, s'amuse à courir avec elle, pour ensuite la filmer avec son caméscope, : il la filme dans la petite librairie avec l'église abbatiale en arrière plan.

Les enfants courent et jouent.
Prises de vue devant la mer **dans le cloître**.

L'homme :
« Est ce que les moines, ils passent par là »
La femme :
« je pense qu'il y en a une partie »

Dans la salle des hôtes, l'homme :
« Là, par contre mettez vous tous devant le.... » (non formulé)



trace

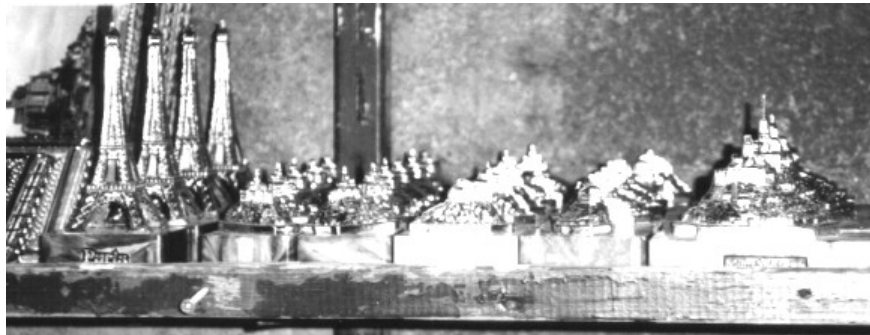
Garder la trace, laisser une

Garder la trace de sa visite constitue l'une des préoccupations esthétiques majeures de nombreux visiteurs, en tentant d'établir une médiation entre le souvenir de l'expérience esthétique vécue *in situ* et les cadres sociaux de la mémoire que met à disposition notre vie quotidienne. Le flot d'images, y compris d'images du Mont véhiculé dans les espaces public et privés (voir exposition) ne favorise pas la mise en relation de l'objet et de l'émotion, la mise en œuvre de la mémoire comme *actualisation*. C'est donc souvent par l'intermédiaire d'un objet de médiation, d'un objet transitionnel, que s'effectue cette opération de remémoration, le fameux objet emprunté (un pierre, une peu de sable ou de tange), acheté (bibelots, images), capturé (photo, vidéo) sur place et ramené chez soi. L'objet, qu'il soit remisé (album photo) ou exposé, joue ici le rôle de cadre social de la mémoire en tant qu'il devient le support d'un discours sur le monument, littéralement un *objet pré-texte*. Ce rôle de l'objet peut commencer dès la fin de la visite, dès son acquisition par le visiteur, si ce dernier est sollicité par un tiers à l'intérieur même du monument, comme ce fut le cas lors de nos enquêtes. Le discours porte alors toujours sur le monument et la relation qu'ont entretenue avec celui-ci (les attentes, les surprises, l'extase,...) et l'objet *en soi* est remisé au second plan, est sorti du cadre du discours par des commentaires du type « *oh, ce n'est rien..., on a ramené des bricoles, ... sans importance* ».

Au-delà des *objets pré-textes*, il existe une autre catégorie d'objets, signes culturels par excellence, dont le rôle *a priori* plus immédiat est directement lié à la production d'un discours sur le monument : les livres, achetés principalement dans la librairie de la Caisse des

Monuments Historiques située à la fin de la visite. Leur fonction peut sembler beaucoup plus claire que celle des objets souvenirs inutiles et inutilisables : transmettre une connaissance organisée du monument, le plus souvent à partir d'une entrée thématique (approche naturaliste de la baie, approche religieuse de l'histoire, analyse socio-technique de l'architecture, etc.).

Pourtant, les enquêtes révèlent que, dans bien des cas, cette littérature rapportée de voyage, une fois revenue au domicile, est bien souvent remise dans un tiroir ou dans les rayons d'une bibliothèque où l'objet *livre* va abandonner sa fonction première, transmettre la connaissance, pour recouvrir une fonction sociale et patrimoniale : évoquer, en tant qu'objet, comme simple support, le souvenir et sens de la visite. S'il est toujours possible, bien évidemment, de préparer, et comme le font certains mais ils sont rares, une autre visite dans un temps futur afin d'affiner sa connaissance du Mont pour en aborder *une* dimension plus précisément (architecture, histoire, baie, etc.), nous retiendrons l'idée qu'aucun objet ramené de voyage ne peut prétendre à être soustrait à la dimension d'objet *pré-texte*.



La Tour Eiffel et le Mont-Saint-Michel, objets prétextes associés sur les présentoirs des camelots.

Mais le rapport aux objets, dans le cadre de la relation esthétique au Mont, peut s'inverser. Dans le cadre de la relation d'échange symbolique qui lie le visiteur au monument, qui se présente comme une économie du signe, il n'est pas rare de remarquer que certains souhaitent laisser une trace, plus ou moins durable, de leur passage. Cette écriture de la trace de son passage, de signature rappelant sa présence au lieu en un temps donné, peuvent prendre la forme d'une empreinte éphémère : par exemple certains marchent dans le sable ou la tange à des endroits où personne ne l'a encore fait pour laisser une trace. Mais plus intéressante est a signature, durable, éternelle, dédiée à la postérité, parfois écrite avec une mine de plomb, parfois encore presque gravée à l'aide d'un objet contondant ou d'un éclat de pierre, que l'on trouve essentiellement sur les ardoises du clocher de l'église abbatiale, au pied de l'Archange.

Laconique, le message contient principalement deux informations : le nom de la personne et la date. La trace laissée de son passage, lorsqu'elle prend la forme d'une signature, n'est pas anodine. Seuls les artistes signent leur œuvre, et ces signatures « anonymes » si l'on peut dire, ne peuvent que nous renvoyer à cette proposition mainte fois entendue au cours des enquêtes *in situ* : « Nous avons *fait* le Mont, j'ai *fait* l'abbaye, les remparts, etc. », comme si la découverte du lieu recouvrait une dimension de création originale à chaque fois, à chaque visite. A la manière dont c'est « en marchant qu'on fait le chemin », nous serions tentés de dire « c'est en visitant qu'on fait le monument ». Et l'ensemble de ces signatures, de ces traces laissées les unes auprès des autres (la surface d'inscription est grande, for heureusement), signifient et rappellent à leur manière cet acte de production individuelle du *sens* de la visite ou de la rencontre avec le monument. Petits récits, incommunicables sur le champs et portant partagés à *plusieurs* en situation littéralement *esthétique* du « sentir ensemble », les bribes de

significations produites par les uns et par les autres peuvent se retrouver à l'état de trace comme dans le cas du clocher, à défaut de pouvoir être partagées autrement dans le monument (à l'exception de la messe).

VIII - Le regard, l'image

Le regard du public au travers de l'exposition « Un Mont en Quête d'Image(s) »

Alors que nous réalisions des enquêtes *in situ* au printemps 1999, nous avons appris l'existence d'un projet d'exposition dans l'enceinte même de l'Abbaye sur le thème de l'image, des images du Mont. L'initiative de l'organisation de la manifestation a été prise par F. Fromentin, responsable d'une maîtrise des sciences et techniques « Métiers de l'exposition – option patrimoine » à l'Université de Rennes 2. L'aspect événementiel et provocateur du projet nous a immédiatement incités à envisager d'y prendre part, voyant là un détour original et intéressant pour saisir la délicate question de la relation esthétique des visiteurs au Mont.

A partir d'une synthèse des images construites autour du Mont depuis son classement au titre des Monuments historiques en 1874, l'exposition, présentée du 22 mai au 30 septembre 1999 au sein de l'abbaye, coïncidait avec un vaste mouvement d'interrogation des pouvoirs publics et des gestionnaires du lieu à l'heure où débutaient les études visant à lui rendre son caractère maritime. L'enjeu n'en était rien moins que saisir les multiples représentations du lieu, produites par son histoire : monument religieux, il devint monument laïc ; patrimoine de l'humanité, il devient enjeu politique ; de valeur économique, il devient valeur écologique, ... A partir de ce lieu éminemment paradoxal, l'exposition se donnait pour but de démêler ces multiples images afin d'amener le visiteur à prendre conscience de sa propre démarche, et à se réapproprier ainsi la qualité de la relation esthétique qu'il entretient avec le monument.

C'est dans une salle privilégiée de l'abbaye, l'incontournable cellier placé sur le parcours de la visite, inscrite dans l'architecture gothique de la Merveille, que l'exposition a pris place, là où précisément la construction architecturale était destinée à l'accueil et à la prière. Notre prise de participation à ce dispositif esthétique fut de deux sortes : d'une part quinze étudiants ont participé à sa réalisation, auxquels nous avons demandé d'observer et de prendre en note les attitudes et comportements des visiteurs *en situation*, dans le cadre particulier de l'exposition (à l'exclusive de la visite) ; et d'autre part, nous avons placé dans le circuit de l'exposition, et donc de la visite, une urne destinée à recueillir différentes formes d'impressions des images du lieu et impression esthétiques des visiteurs qui étaient invités à s'exprimer librement (commentaire, poème, dessin...) sur le support de leur choix.

L'exposition se déclinait en trois temps, dans le but de susciter des interrogations chez le visiteur sur ses propres motivations à venir sur place, sur l'image qu'il se fait du site. Elle étudie et décrypte ainsi le processus de construction des images du Mont-Saint-Michel depuis un siècle, qui rendent complexes la perception de son identité.

Le premier espace donnait une approche objectivante du Mont, défini par son environnement physique, son origine religieuse et sa valeur symbolique et mythique. Il s'agissait d'abord de situer le Mont, au sein d'une salle de classe reconstituée, dans ses différentes échelles territoriales : la baie, la France. Différents expôts visaient ensuite à mettre en lumière la dimension du lieu de culte, de l'architecture à la règle de Saint Benoît. Enfin, le premier temps se terminait par une mise en forme esthétique des symboles, mythes et légendes attachés au Mont, en particulier au travers de la figure de l'archange Saint Michel.

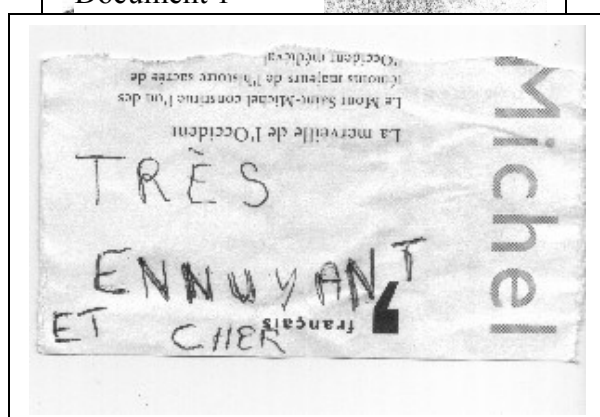
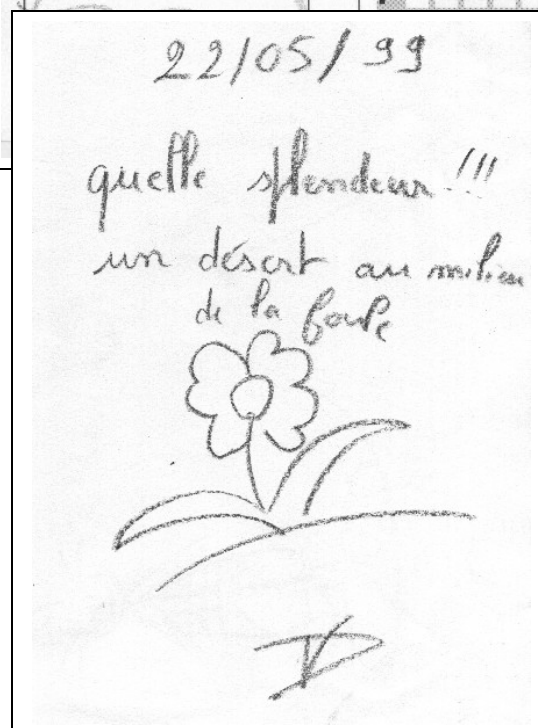
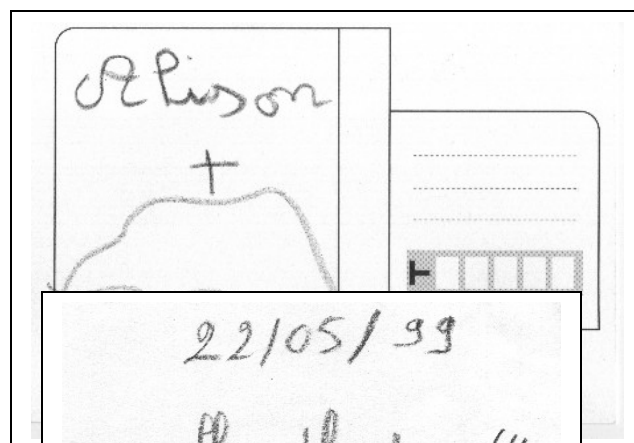
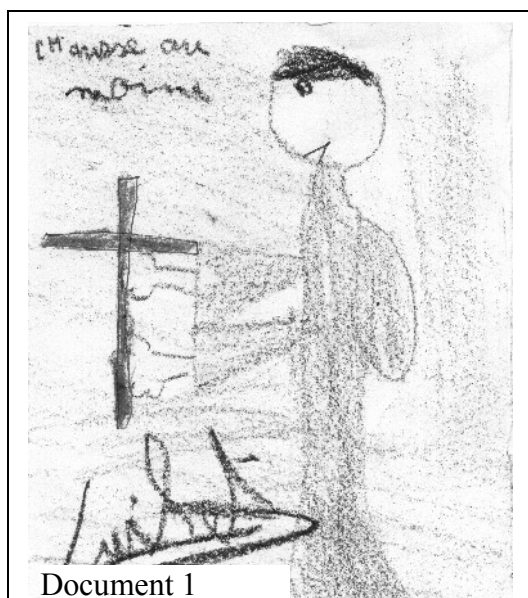
Mais la réalité se révèle beaucoup plus complexe, le lieu ayant, au fil des temps, été chargé d'une myriade de significations, de valeurs, de symboles, d'images. Le deuxième module avait pour fonction d'analyser la fabrication de ce kaléidoscope de représentations à travers un cheminement dans le domaine de l'histoire, de l'art, du politique, du social, de l'économique, afin de mettre à jour les usages, les modes d'appropriation du lieu, et leurs excès. Monument républicain au XIXème, puis devenu prison, le Mont fut en 1966 le lieu de la célébration du millénaire monastique. De nombreux clichés et un montage vidéo illustraient ces facettes historiques du lieu, pour ouvrir ensuite sur l'imaginaire insulaire et fortement romantique attaché au lieu illustré par des dessins, des peintures et des extraits littéraires. L'évolution du regard des hommes sur la baie, du danger pour les hommes à la nécessité de préserver la baie elle-même, jusqu'à son classement par l'UNESCO et ses raisons, constituait la suite de cette seconde étape, pour s'achever sur la question de la silhouette légendaire du site : on pouvait croiser du regard un caddy de supermarché rempli de produits utilisant l'image du Mont à des fins publicitaires. L'exploitation commerciale du lieu y était très largement interrogée.

De quelle façon le visiteur investit-il, à son tour, le site ? La troisième partie de l'exposition, dans laquelle nous avons placé notre dispositif de collecte, était centrée sur cette question de l'implication individuelle de chacun dans la construction de ce lieu du patrimoine. Cette dernière étape s'inaugurait par la question de l'image qu'offre le Mont au visiteur dès son arrivée. Films d'amateurs, objets-souvenirs ou encore attributs du pèlerin et du touriste y évoquaient le rôle joué par le visiteur dans la fabrication et la diffusion de l'image du Mont. C'est à l'issue de cette troisième étape que le visiteur pouvait répondre à notre invitation à s'exprimer par écrit sur ses émotions et impressions esthétiques. Il lui était simplement demandé de glisser dans l'urne ses *propres images* du Mont-Saint-Michel, sous la forme et sur le support de son choix.

Type de traductions	Supports utilisés	Exemples
Dessins,	Papier Canson, prospectus publicitaires, documents de visite de l'abbaye, papier libre, papier couleur, tickets d'entrée de l'abbaye, tickets de caisse de supermarché, sachets d'emballage, papier à lettre, feuillet de calepin, feuillets de bloc-note, papier déchiré	Dessins seuls : Archange terrassant le dragon, silhouette du Mont, croquis du Mont dans son ensemble, personnage découpé, cœur, empreintes de pattes d'oiseaux, symboles, Abbaye, cloître, moines en prière, chevalier et carrosse se rendant au Mont, logo Mont-Saint-Michel, dessin métaphorique.
Billets d'humeur	Feuille déchirée de cahier, documents de visite de l'abbaye, sachet d'emballage, papier libre, Canson,	« <i>Parking très laid : proposition : faire comme à la pointe du raz : parking éloigné du site et navettes gratuites.</i> <i>Signature</i> »

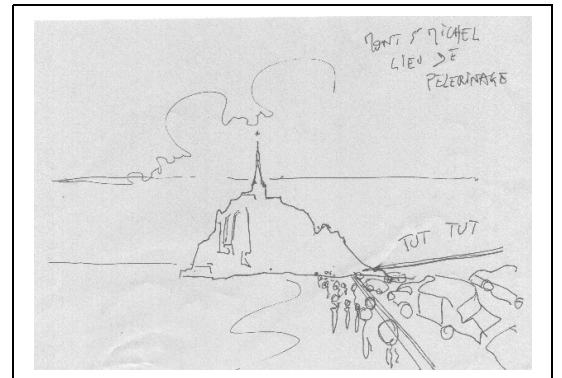
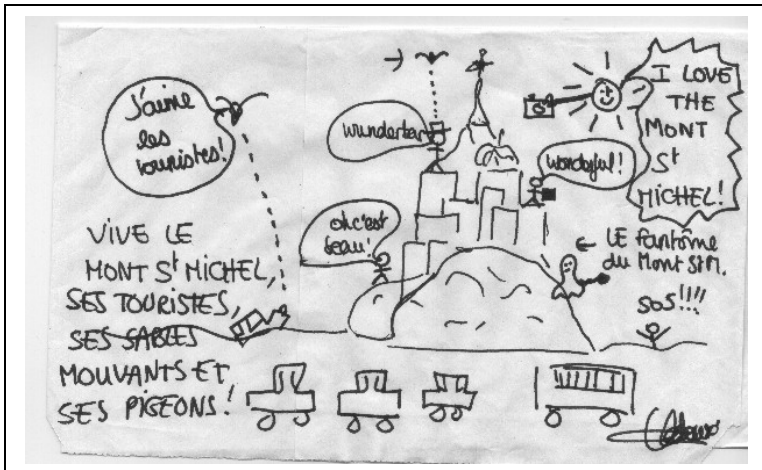
		<p>« Coucou ! je trouve MSM génial et instructif. Le problème c'est que les gens ne respectent pas ce lieu de culte. J'ai vu une dame en string dans la salle des grands piliers, je vous assure qu'il faut faire quelque chose ! Signature et adresse »</p> <p>« Les toilettes à 2 F par personne pourraient être gratuites »</p> <p>« Un lieu de spiritualité envahi par les marchands du Temple et la consommation. Signature et date ». « TRES BEAU MAIS EXPLOITATION COMMERCIALE EHONTEE. LE FRIC TUE. Initiales »</p> <p>« Pour moi, c'est super, inoubliable, mais l'entrée est un peu chère pour les petits revenus. Retraité de Lille »</p>
Prières	Papier plié documents de visite de l'Abbaye (intégral, déchiré, plié), enveloppe, papier Canson, papier machine, élément de facture, feuillet de calepin	<p>« Prière à Saint Michel l'Archange De ta lumière éclaire nous De tes ailes protège nous De ton épée défends nous Destination : le Ciel » (prière du pèlerin) août 99</p>
Commentaires sur l'exposition	Papier Canson, papier machine, cartes de visite	<p>« Cette exposition est très bien conçue. Compète et concise. Elle mérite de rester en permanence à la suite de la visite du Mont. Transition pour retour vers la réalité. Signature »</p> <p>« Toutes nos félicitations pour cette exposition pleine de charme qui allie l'âme et le pratique du site. Un travail remarquable. Continuez, nous avons aimé ! Signature et date ».</p>
Notes d'humour	Documents de visite de l'Abbaye, feuillets de bloc-note	<p>« Mont Saint Michel, magnifique site historique rempli de belles choses. Mais où est la bière ? pour le plus grand bar à bière que je connaisse, ça manque de mousse. Initiales »</p>
Dessins obscènes	Documents de visite de l'Abbaye, papier Canson, documents à destination des enfants, papier déchiré	Phallus en érection, scènes de fellation, scènes d'éjaculation, femme offerte jambes écartées, initiales NTM
Déchets divers	Cartes téléphoniques, briquettes de jus de fruits, mouchoirs en papier, tickets	Ticket d'entrée Tour Eiffel, ticket remontée mécanique des 2 Alpes, mouchoirs souillés
Déclarations d'amour	Papier libre, papier Canson,	« Un soir, les Imaginaires du Mont

	documents de visite de l'Abbaye, feuillets de calepin, papier couleur	<p><i>St Michel avec la femme que j'aime... »</i></p> <p><i>« Christophe et Stéphanie se sont jurés fidélité et Amour toujours au MSM. A toi mon amour ».</i></p> <p><i>« Je t'aime Audrey RVO CM2 »</i></p> <p><i>« Je t'aime Laure. Mc Caskey High Scool »</i></p>
Tags	Documents de visite de l'Abbaye, papier Canson, documents à destination des enfants, papier déchiré	<p>CACTUS STAR</p> <p>NTM</p>
Poèmes	Papier Canson, papier machine, prospectus publicitaires, papier libre	<p><i>« Mont Saint Michel ! L'humanité se reconnaît à travers les milles visages de l'œuvre oh combien éternelle »</i></p> <p><i>« Le Mont Saint Michel Qu'il est beau Après les cachots Il est personnel Le Mont Saint Michel C'est une merveille »</i></p>



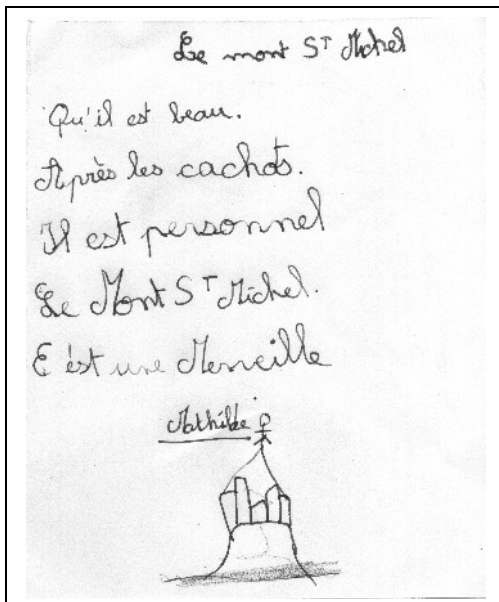
Document 4

Document 3



Document 6

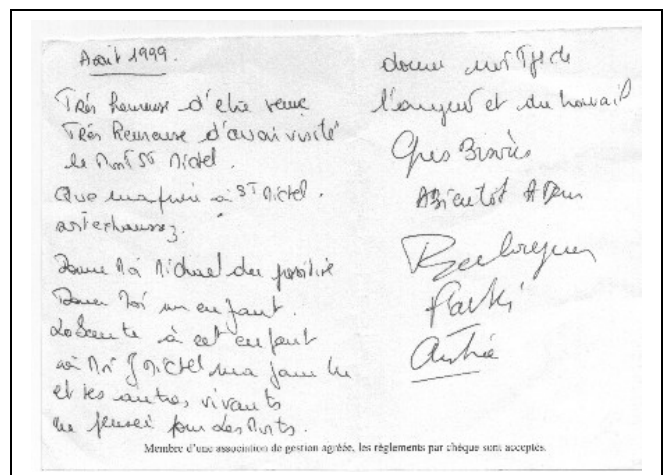
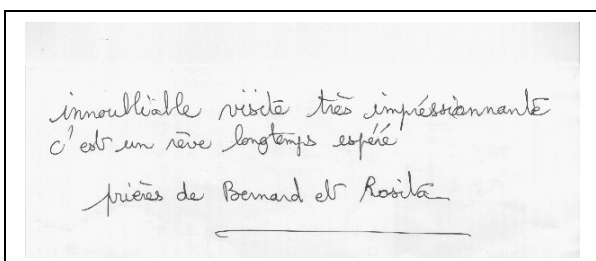
Document 5
Document 5



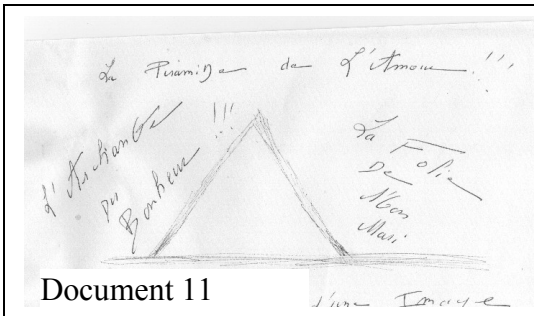
Document 7



Document 8

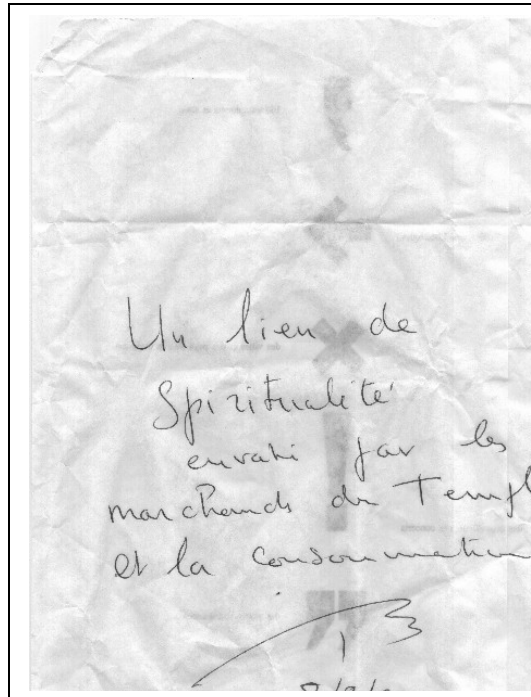


Document 9

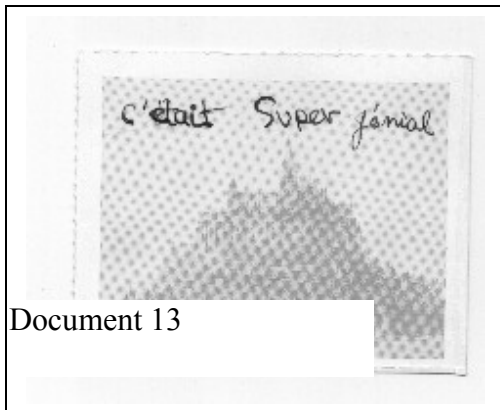


Document 11

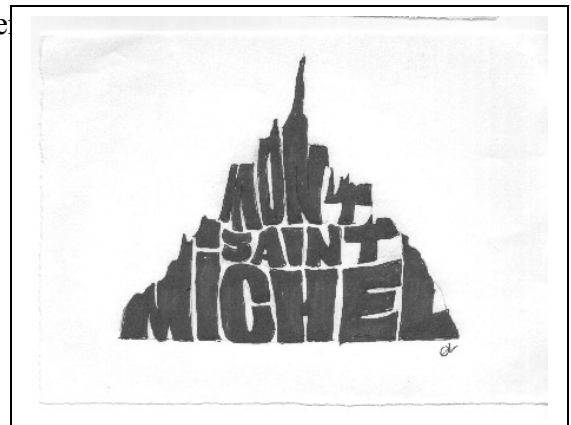
Document 10



Document 13



Docume



Document 15



Document 14

La dualité, souvent paradoxale, du Mont s'exprime dans la plupart des traces et des messages laissés par les visiteurs, quel que soit leur âge. Enchanteur, mais désenchanté, beau, mais enlaidi par le commerce, lieu spirituel, mais soumis à un usage laïc, lieu de repos envahi par la foule, etc., le Mont engendre le plus souvent une forme de *frustration esthétique plus ou moins avouée*. « Un désert au milieu de la foule » (document 3) est peut-être une solution, individualiste, exprimant une stratégie possible : l'abstraction, le déni. Les dessins d'enfants s'inscrivent en général radicalement *dans* le lieu (document 7) lorsqu'ils sont jeunes, ou *contre* le lieu (document 8) à l'adolescence.

La critique des adultes emprunte aussi des voies opposées, du souvenir de type « livre d'or » (document 9), à la dénonciation parfois esthétique et habile ou humoristique (document 6) de la contradiction principale entre sacré et profane. La juxtaposition des deux aspect antinomique revient néanmoins souvent (document 12), alors que l'expression des émotions et des affects prend parfois des formes énigmatiques, comme cette association « suprême/NTM » (document 14), ou la construction théorique du « triangle de l'amour » (document 11), évoquant la silhouette du Mont.

Dans de nombreux cas, le dessin, le message et leurs signatures ne sont pas impersonnels, mais s'adressent au contraire à une présence incarnée, bien qu'abstraite (document 10). A qui s'adresse le message ? Au organisateurs de l'exposition et décideurs locaux ou à Dieu ?

Une esthétique à l'état pratique : la photographie entre récit familial et confrontation au monument

L'observation et l'analyse de l'acte photographique effectué par les différents publics du Mont informe sur les rapports entre individus, groupes et le lieu. La photographie, nous informe sur les normes, les valeurs et les attentes qui prévalent à une période donnée. La photographie, en tant que sélection culturelle et construction matérielle pose question à deux niveaux. Dans un premier temps, l'acte photographique, en tant que sélection momentanée d'un espace temps saisi par le dispositif photographique renseigne sur ce qui est considéré comme important ou significatif pour celui qui effectue l'acte : détail du lieu, paysage, personnages, présence de la famille au sein du lieu..... Dans un second temps, la question est posée de l'usage a posteriori de la photographie : va-t-elle rejoindre un album ou va-t-elle restée stockée. La photographie comme médium pose le problème de la vie du Mont hors de l'espace temps de la visite, tout comme d'ailleurs les autres objets ou productions matérielles et leur articulation avec les souvenirs, les représentations et les rapports sociaux

La prise de photographies au Mont peut servir d'indicateur des relations qui se tissent entre les publics, les individus et le site, dans ses différentes composantes (baie, digue route, parkings, entrée, Mère Poulard, Grande rue, remparts, abbaye, terrasse de l'ouest, église abbatiale....).

L'observation de l'acte photographique, telle que nos propres photographies le montrent semble indiquer une domination nette de deux catégories de photographies : d'une part des

photographies de personnes avec une des composantes du site en arrière-plan et d'autre part des photographies de composantes significatives ou importantes du site, avec une prédominance de la première sous-catégorie.

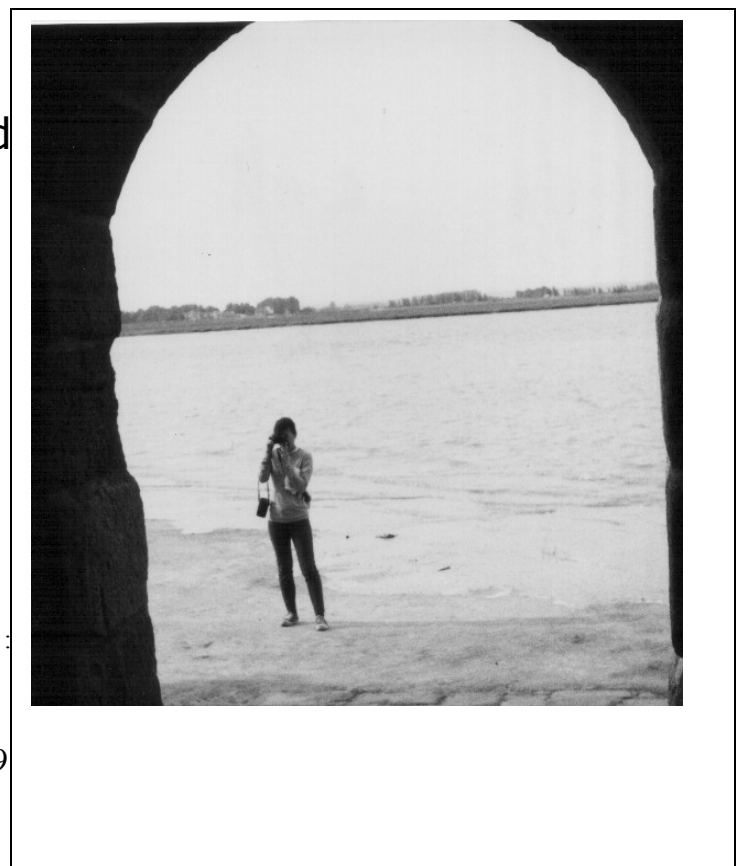
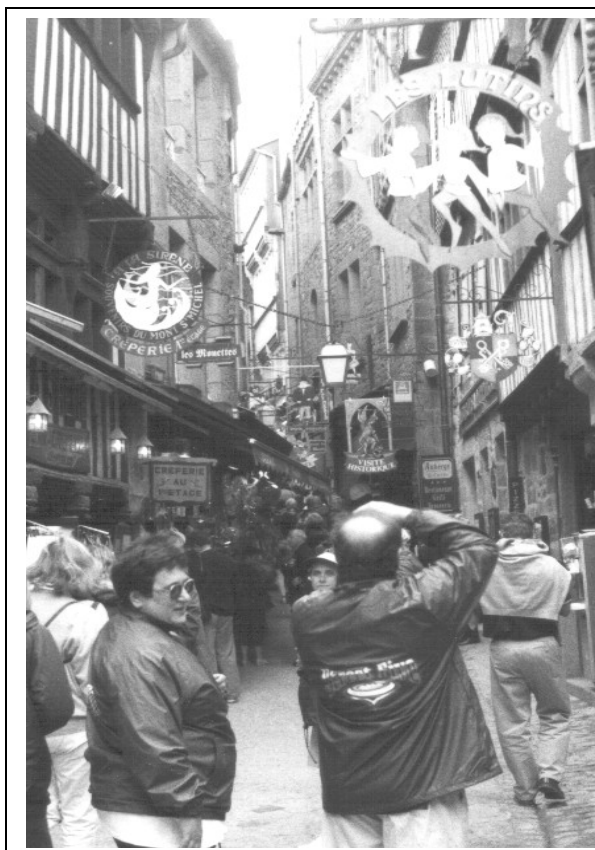
Une partie importante de ce rapport au site apparaît donc comme surdéterminée par des motivations d'ordre familial ou amical : ces photographies rejoindront soit un album réel soit un album à l'état potentiel, permettant la reconstruction d'un récit familial, mais aussi un récit de groupe, constitué ou en voie de constitution (groupes de pèlerins, amicales, retraités...).

Comme le souligne Hélène Belleau, « à travers l'album de photographie, la famille se trouve à la fois objet et sujet. Comme objet parce qu'elle y figure avec tous ses personnages, les lieux et les grands événements de son histoire, mais également comme sujet parce qu'elle se construit elle-même à travers ce récit. Ces deux dimensions sont perméables l'une à l'autre et sont aussi, par le fait même, indissociables. Lorsque l'on considère la famille comme objet dans l'album, le chassé croisé des images et du récit nous dévoile tout d'abord des lieux du quotidien (cuisine, cours, parcs...) et tous ceux qui, marqués d'une intense valeur symbolique, ancrent la mémoire du groupe dans l'axe généalogique »⁴⁵.

Un des déterminations ou une des composantes du rapport au Mont Saint-Michel émerge ici : son incorporation comme support à des récits familiaux et à des trajectoires touristiques construites en fonction de cette modalité. Cette détermination est bien présente dans ce que nous avons déjà indiqué à propos de la visite contrainte :

« J'ai fait plusieurs photos mais plus pour le souvenir, parce que c'était nous dessus plus que pour le Mont »

Pour autant les usages sociaux de la photographie sont très variables ; ainsi l'entretien avec D. révèle que la photo souvenir en question reste dans son agenda, tandis que les photographies de O. sont dans des albums qui « ne sont jamais ouverts ».



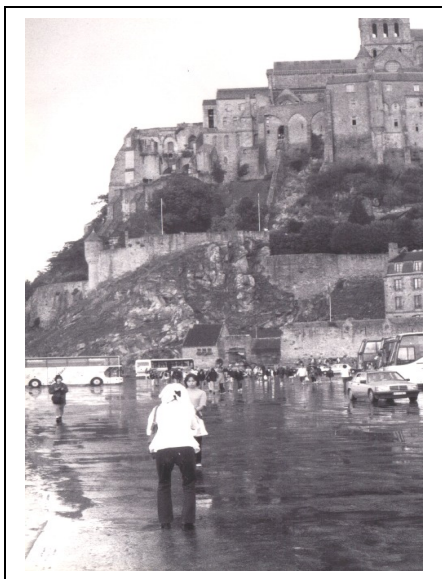
d

es :

69

Photographies prises le 15 août 1999. A gauche dans la Grande Rue, les enseignes « moyenâgeuses » attirent les visiteurs. A droite, l'entrée du Mont.

Les composantes du site comme décor et arrière plan du récit familial ou de groupe



A gauche photographie prise le 15 août 1999 (17 h 30). Une touriste prend en photo une autre touriste, sur le parking au pied du Mont. A droite, photographies prises le dimanche 3 novembre 2000. En haut, prise de photographie, vers 14 heures, à l'entrée du Mont : une touriste est assise sur les boulets des « Michelettes », bombardes pris aux anglais durant la bataille du 17 juin 1434. En bas, vers 12 heures, un homme filme sa famille sur la terrasse de l'Ouest, avec en arrière plan la façade de l'église abbatiale, lors d'une visite libre de l'abbaye (sans guide), que le groupe effectuera en environ 15 minutes.

Ces photographies renseignent de manière directe sur les rapports qu'entretiennent les auteur(e)s de l'acte photographique avec le site et ses composantes. On mettra tantôt l'accent sur la silhouette du Mont, parfois sur le pittoresque que semble dégager un objet singulier et décalé mais faisant partie du décor comme les boulets des michelettes, ou bien le paysage de la baie vu de la merveille servira d'écrin aux images de la famille en vacances ou des amis en visites

La construction d'une approche patrimoniale : l'histoire de l'architecture comme modalité

Le service éducatif de l'Abbaye du Mont Saint-Michel (Centre des Monuments Nationaux) a réalisé sous la direction de Florence Peigne un ensemble de fiches découvertes dans le cadre des classes patrimoines ainsi qu'une fiche dossier destiné aux enseignants du primaire et du secondaire, afin de les aider à préparer les visites effectuées dans le cadre scolaire.

Ce document donne de manière sous-jacente un certain nombre de modalités d'appréhension des lieux intéressantes, qui coexistent ou qui s'opposent aux autres ensembles de catégories et discours construits et véhiculés par les autres acteurs et groupes sociaux ayant des enjeux sur le site.

Dans cette fiche, dans la rubrique « petite histoire du Mont Saint-Michel », on peut remarquer la phrase suivante : « Depuis 1966, une communauté religieuse s'est installée à nouveau dans l'abbaye et depuis 1987...un service des actions éducatives », ce qui quelque part situerait l'action éducative des Monuments historiques sur le même plan ou en tout cas au même niveau que le caractère religieux du Mont.

Cette « religion du patrimoine », qui se dévoierait dans « l'abus monumental » pour reprendre le thème des Entretiens du Patrimoine de 1998, provoque chez les tenants d'une lecture religieuse de l'histoire du Mont des réactions assez hostiles :

« Patrimoine, voici un mot qui connaît un grand succès. Depuis quelques années en France, il a sa journée et une affluence croissante. Les sommes qui lui sont attribuées pour l'entretenir et le mettre en valeur sont considérables. Patrimoine : héritage de nos pères. Précieux héritage ! Dans un état laïc, le patrimoine religieux a un statut étrange. Œuvre d'art, témoin du savoir-faire de nos prédécesseurs, le Mont Saint-Michel est dépouillé de son sens qui serait bien encombrant pour son propriétaire d'aujourd'hui. La République permet à une communauté monastique d'y vivre et d'y célébrer mais dans le même temps elle s'impose de rester muette. Tout au plus relira-t-elle l'histoire, évoquera-t-elle le passé. Il ne faut ni blesser ni aggraver ceux qui ne sont pas croyants ou ceux qui ont des comptes à régler avec la religion. Dans notre pays, l'héritage de nos pères est souvent un héritage de la foi. Trop pesant ? Indigeste ? Mal digéré ? Il n'en demeure pas moins qu'au Mont Saint-Michel, on mesure, plus qu'ailleurs que les bâtiments ont été édifiés par la foi et pour la foi. Toutes les analyses des avatars historiques de la vie monastique et des pèlerinages n'annulent pas cette vérité et les chemins de la tolérance passent aussi par elle »⁴⁶.

Le service éducatif formule donc les conseils suivants aux enseignants :

« Dès votre arrivée sur le parking.... Marquer un temps d'arrêt pour observer le monument dans son ensemble. Dégager les trois niveaux architecturaux et établir la relation avec la société tripartite médiévale (cahier de l'élève). Prendre le temps de croquer le Mont. Si la marée et les conditions météorologiques le permettent, faire un tour du Mont à pied sans toutefois s'éloigner du rocher (des bottes sont absolument nécessaires). Vous pourrez ainsi offrir aux enfants « l'autre » Mont Saint-Michel, celui de la Merveille et du merveilleux. Demander à chacun de décrire les bruits, odeurs ou sensations qui le marquent. Effectuer une étude comparative avec la face sud (absence de rempart et de village, abbaye fortifiée grâce au mur à-pic de la Merveille). Grimper le petit escalier taillé dans le roc qui monte à la chapelle Saint-Aubert. C'est le moment de raconter quelques légendes : l'apparition de Saint Michel à l'évêque Aubert, Bain l'enfantelet ou la miraculée des grèves. »⁴⁷

IX – Prolongements : patrimoine, industrie culturelle et relation esthétique.

« ...on peut s'interroger sur la force et sur le développement qu'à pris de nos jours l'idée de musée. On peut voir dans son appétit monstrueux qui transforme en œuvre d'art tout ce qui hier encore était l'objet de culte ou outil de production l'accomplissement suprême, de notre culture. On peut y voir aussi un signe de sa corrosion ».

JEAN CLAIR, *DE LA MODERNITÉ CONÇUE COMME UNE RELIGION*, 1988.

⁴⁶ Malle Louis, *Un pèlerinage au Mont Saint-Michel*, éditions de l'Atelier, 2000.

⁴⁷ Abbaye du Mont Saint-Michel, « Fiche enseignant », Caisse nationale des monuments historiques et des sites, juillet 1997.

Le patrimoine comme réponse à la vulnérabilité

C'est au tournant du siècle dernier qu'émerge, avec Aloïs Riegl⁴⁸, une réflexion sur le culte patrimonial moderne, dans lequel la valeur d'ancienneté des œuvres « *qu'une sentimentalité mal définie attache à la présence effective des monuments et à leur seule appartenance au passé* » selon l'expression de F. Choay⁴⁹, et selon laquelle, un siècle plus tard, « *le miroir du patrimoine sur lequel nous nous penchons avec passion a perdu son rôle dynamisant au profit d'une fonction défensive. Il ne sert plus qu'à conjurer l'image statique d'une identité (...) et les incertitudes et l'anxiété d'une société qui ne peut plus maîtriser ni ses transformations, ni leur accélération* »⁵⁰. Le patrimoine, dont nous voulons montrer qu'il prend aujourd'hui son sens en tant qu'il constitue une réponse à l'émergence de nouvelles formes de vulnérabilité ne peut, en ce sens, être que temporaire. Et F. Choay de poursuivre : « *elle (la recollection) nous protège précisément grâce à la réduction fictive de conflits et d'interrogations auxquels nous ne parvenons pas à faire face : moyen de défense efficace dans une situation de malaise et de crise, mais momentanée. En tant que fonction narcissique, le culte du patrimoine n'est justifiable qu'un temps ; temps de reprendre souffle dans la course du présent, temps de réassumer un destin et une réflexion. Passé ce délai, le miroir du patrimoine nous abîmerait dans la fausse conscience, la fiction et la répétition* ». C'est précisément la qualité de *l'homo faber*, défini par H. Arendt⁵¹, que recèle le patrimoine en portant dans le présent la trace de l'activité fondatrice, associant la marque du travail à celle de la filiation. Ainsi, le patrimoine se développe alors comme symptôme à mesure que l'activité technique, l'agir technologique, fait peser sur nous la menace de réduire notre « compétence d'édifier ». Le développement de l'architecture dite « contemporaine », premier champ d'expérimentation de l'épuisement du jugement, constitue la preuve tangible de ce que le *vouloir artistique* cher à Riegl s'est étendu à tout le réel. Tout s'artialise, se conceptualise, et le monde une fois devenu pour l'esthétique, comme pour la technique, un lieu d'expérimentation grandeur nature, devient du même coup inhabitable et pour beaucoup, incompréhensible. Mais ne nous trompons pas sur l'impression de la plus grande disponibilité esthétique consécutive à l'effondrement des catégories anciennes du jugement esthétique que sont le beau et le laid. Et si, comme le suggère F. Choay dans sa conclusion, « *l'ouverture à un universel de l'art qui est célébré comme un accomplissement et l'accès à un niveau supérieur de la sensibilité n'était que le signe d'une impuissance ? (...) La vulnérabilité que disent tous ces signes, ajoute-t-elle, il convient d'en prendre la mesure (...) Dès lors qu'il cessera d'être l'objet d'un culte irraisonné et d'une mise en valeur inconditionnelle, l'enclos patrimonial pourra devenir le terrain sans prix du rappel de nous-mêmes à l'avenir* ». La question de la perte de la compétence d'édifier pensée par F. Choay n'est peut-être pas sans lien avec celle de la ruine de l'expérience chez Agamben ou Benjamin. Pour Hannah Arendt⁵², ce dernier « *savait que la rupture de la tradition et la perte d'autorité survenues à son époque étaient inséparables, et il concluait qu'il lui fallait découvrir un style nouveau de rapport au passé* »⁵³. Ainsi, quand l'expérience se dégrade, la tradition n'organise plus, n'ordonne plus le passé, tant du point de vue chronologique que du point de vue systématique ; elle ne sépare plus le positif du négatif, l'important de l'inessentiel. Alors nous pourrions en conclure avec

⁴⁸ Riegl A. *Le Culte moderne des monuments*, Paris, Seuil, 1992.

⁴⁹ Choay F., *L'Allégorie du patrimoine*, Paris, Seuil, 1992 - p. 181

⁵⁰ Choay F., *Ibidem*

⁵¹ Arendt H. *Condition de l'homme moderne*, Paris, Calmann-Lévy, 1959.

⁵² Benjamin W. « *Eduard Fuchs, collectionneur et historien* » (1937), traduction de P. Ivernel, Macula, n°3/4, 1978, cité par F. Coblence, « La passion du collectionneur » in Traverses, Centre G. Pompidou, été 1992

⁵³ Arendt H., « *Walter Benjamin* » in *Vies politiques*, traduction de E. Adda, Paris, Gallimard, 1974, p. 291.

F. Coblence⁵⁴ que la passion du collectionneur apparaît paradoxalement comme « *une passion plus destructrice que conservatrice* ». Le vaste mouvement de collection patrimoniale qui travaille, au fond, les sociétés postmodernes placées sous l'emprise de la menace technoscientifique saura-t-il dépasser une telle contradiction ?

Nouvelles formes d'exposition du passé et archéotopie

Plusieurs types de phénomènes peuvent caractériser empiriquement l'évolution des rapports que les sociétés (post)industrielles entretiennent avec leur mémoire, parmi lesquels l'évolution qu'ont connus ces vingt dernières années les musées anciennement appelés des « Arts et traditions populaires » avec le développement des « musées de société » et des « écomusées ». Le Mont-Saint-Michel n'échappe pas à cette tendance en ce qu'il se donne à saisir comme monument total, regroupant en un même sein nature et culture, éléments profanes et éléments religieux, architecture et paysage. Le sémiologue Marc Guillaume⁵⁵ attribue aux conservatoires pour fonction de rendre acceptable l'accélération du temps dans le développement de la société de consommation/communication, ce dont témoigne l'archéologie industrielle mais également selon nous l'attrait du Mont-Saint-Michel. Paradoxalement, les objets qui font leur entrée au musée, ceux que l'on avait un peu trop vite oubliés, s'avèrent être finalement les plus durables, à l'image des « vieilles pierres » du Mont qui auraient pu disparaître au XIX^e siècle. Leur valeur culturelle a subi en quelque sorte une « éclipse », et le choix de les patrimonialiser contribue à leur rendre une légitimité perdue. La nouvelle muséographie pose de ce point de vue au moins une question essentielle : tout comme le musée révolutionnaire s'est saisi de la question de la destination de l'œuvre d'art⁵⁶, elle se saisit des traces d'un passé quotidien (ici, le monde rural et l'art culinaire incarnés par la Mère Poulard par exemple), jusqu'à se saisir du présent et même du futur en tant que projet (l'exposition virtuelle de la future navette montoise dans le musée « archéoscope »). L'accélération muséographique se saisit au Mont de tout ce qui est saisissable, de l'histoire de France aux contes et légendes, de l'architecture à la nature, en passant par les images des traditions ancestrales locales (imaginaires maritime, culinaire, artisanal, etc.).

Les nouvelles pratiques de conservation « à ciel ouvert » fondées, comme au Mont, sur l'intégration ou l'imbrication d'éléments anciens dans le tissu de réalisation moderne (le marché), peuvent être interprétées comme une stratégie plus ou moins consciente de placer le présent dans un simulacre de continuité avec le passé, à l'instar du pèlerinage. Pour M. Guillaume, cet impératif de continuité « *exprime d'abord notre désir que cet ordre laisse d'autres traces que les déchets et celles, irréversibles, liées aux menaces écologiques. Qu'il laisse d'autres traces, comparables à celles des siècles antérieurs pour que nous puissions continuer à croire en lui. Pour cela nous sommes tous prêts à devenir des bâtisseurs d'utopie, car l'épaisseur du passé que nous imaginons à partir de quelques restes, nous semble le dernier espace encore habitable* ». Nous proposons de nommer *archéotopie* cette utopie inverse, qui s'inscrit parfaitement dans l'idée d'une maîtrise, dans le présent, du sens du passé. Utopie, non pas « en puissance » ou en devenir, mais utopie impossible, l'*archéotopie* se manifeste dans la majeure partie de la production patrimoniale, et en premier lieu dans les florissantes reconstructions « historiques » destinées aux touristes auxquels on se livre, une

⁵⁴ Coblence F. « La passion du collectionneur », in *Traverses*, Centre G. Pompidou, été 1992.

⁵⁵ Guillaume M. *La Politique du patrimoine*, Paris, Galilée, 1980. 196 p.

⁵⁶ voir Déotte J.-L., *Le musée, l'origine de l'esthétique*, Paris, L'Harmattan, 1993.

fois l'été venu, dans un certain nombre de monuments ; l'attrait pour l'histoire, une histoire idéalisée, est un puissant moteur du succès du Mont-Saint-Michel⁵⁷ fondée sur la nostalgie de la cité (le bourg castral) et l'évocation enchantée du Moyen-Age. Mais les illusions et le désenchantement guettent immanquablement ceux qui croient pouvoir trouver dans le passé le lieu (topos) d'un monde habitable.

Le patrimoine altericide

Afin de mieux saisir ce qui, d'un point de vue socio-anthropologique, pourrait constituer le fondement d'une problématisation du patrimoine, et porter un éclairage original sur notre objet, la relation esthétique au Mont-Saint-Michel, nous proposons d'effectuer un détour méthodologique par un autre phénomène social très contemporain : la floraison de lieux où s'exposent les rebuts jusqu'alors conservés secrètement dans les greniers ou dans les caves que sont les vide-greniers et autres dépôts-vente. Prenons soin de regarder l'émergence de nouvelles modalités, non moins symptomatiques, de la « rétromanie » qui se manifeste par la fréquentation et la multiplication des lieux du type marchés aux puces, brocantes, magasins d'antiquités, braderies de quartier ou de village, etc,... « *On vide les greniers*, écrit encore M. Guillaume, *à la recherche de tout objet porteur de nostalgie, pour en faire des traces rendues visibles - visibles mais du même coup devenues muettes. Les choses qui s'entassaient autrefois dans les greniers avaient une fonction précieuse. Elles étaient signe d'un refoulement ou d'une résistance ; elles matérialisaient ce qui avait été opératoire et qui ne l'était plus, ce qui avait perdu son sens. De ce point de vue, ces réserves, comme d'ailleurs celles des musées, évoquent la fonction de l'inconscient. D'être soumises à l'impératif moderne de visibilité leur ôte cette dimension essentielle de n'avoir un sens que pour un autre* ». L'idée d'une perte d'efficacité sémiologique de la trace, efficacité nécessaire au travail de deuil et à l'oubli actif, par la visibilisation de celle-ci, est renforcée dans l'idéal de *transparence* qui anime la société « de communication ». Si la réserve, qu'elle soit publique (celle du musée) ou privée (le grenier), permettait d'opérer librement un choix entre ce que l'on décidait d'exposer ou non, et par là même de savoir ce qui faisait *sens*, l'impératif moderne de démonstration et d'exposition conduit finalement à dire que « tout a un sens », c'est-à-dire que « plus rien ne fait sens ». La volonté de « tout voir » exprimée par de nombreux visiteurs du Mont nous renvoie à cette question.

Allons plus loin. Les thèses des différents commentateurs et analyseurs de la « société de consommation », de Debord à Baudrillard pour ne citer que ceux-là, ont contribué à montrer en quoi la consommation (au sens de la consommation comme destruction) ne faisait finalement que mettre en évidence une absence : celle d'un Autre symbolique qui donnait sens à ce qui était traditionnellement construit et détruit somptuairement dans la figure du *potlatch*⁵⁸. Une certaine contradiction de la politique du patrimoine réside dans le fait qu'elle s'institue sur l'illusion d'une continuité avec le passé alors que la conservation est précisément le lieu d'une rupture avec celui-ci. On pourrait pourtant, en première approximation, voir dans la pratique de restauration qui nécessite parfois un engagement considérable de fonds publics, une sorte de *potlatch* institutionnalisé, la dépense somptuaire échappant à la logique de rentabilité du patrimoine, telles qu'entreprises par l'architecte des Monuments historiques pour la dernière « restauration » - fort contestée – du Mont. Mais ces temps semblent révolus, et l'ancienne

⁵⁷ Lemarchand F. « Le tiers espace », in *En Quête d'image, le Mont-Saint-Michel et sa baie*, Ed. Apogée, 1999. pp. 36-41.

⁵⁸ Nous empruntons ce concept à M. Mauss.

logique des monuments historiques (la rénovation des bâtiments, la querelle sur l'authenticité des constructions ajoutées,...) semble avoir cédé la place à une logique de gestion, au sens de recherche de la maximisation des flux de visiteurs et d'information. L'ancien « conservateur » de l'abbaye du Mont-Saint-Michel a ainsi été rebaptisé « administrateur » du monument. La rationalisation de la dépense patrimoniale en fonction des objectifs de rentabilité (l'instauration de l'audioguide, la création du pont-passerelle), tant que l'on cherchera à maximiser la fréquentation des lieux au nom de ce que l'ancien Ministre de la Culture Catherine Trautmann nommait les « démocraties culturelles », participe d'un mouvement plus large qui modifie en profondeur d'une part l'équilibre des liens ancestraux qui étaient construits entre consommation et conservation, et d'autre part la nature de la relation esthétique que nous entretenons avec notre patrimoine.

Pour Michel de Certeau, « à ce clivage entre dépenser et conserver correspondent de grandes options culturelles et politiques : à la limite, c'est l'option de la nation révolutionnaire qui préfère à ses biens le risque d'exister, ou bien celle des groupes conservateurs que la crainte de risquer leur héritage voue à fétichiser le bonheur qu'il sont en train de perdre... Qui veut conserver est établi dans la dépendance d'un ordre, d'une possession ou d'une science, et soumis à la loi (celle du profit ou de l'assurance) qui élimine, avec le risque, le bonheur qu'elle promet. Il s'aliène. Il ne « tient » plus du bonheur que des représentations. Car il ne semble y avoir de bonheur que là où l'autre est la condition de l'être, que là où l'on fait la fête, là où la conservation des biens est altérée par une dépense faite au nom des autres, d'un ailleurs ou de l'Autre. »⁵⁹. Le passage d'une consommation collective, partagée et tournée vers l'autre à une consommation individuelle et egocentrée, telle que nous avons pu l'observer au Mont, constitue l'une des limites actuelles du patrimoine dans les rôles et les missions sociales que l'on voudrait lui confier : rassembler les hommes autour d'un passé commun, ressouder les groupes sociaux, jusqu'à la société toute entière, réduire les « fractures sociales » et, au fond, les différences.

Or, la « consommation » individuelle du passé surexposé, en tant qu'objet, que renforce le développement des technologies de la communication (CD-Rom, internet, musées imaginaires, bornes interactives), pose bien la question de l'effacement de la présence de l'autre dans le patrimoine, l'autre, que la philosophie des Lumières pensaient comme condition de la liberté. Le XXème siècle aura été celui de la question de l'Autre disait Lévinas, menant à la réalisation de la pire tentation altéricide dans la crainte de l'autre, ou plus exactement du devenir-autre. Ce qui s'est justement « altéré », c'est cette capacité à se saisir de l'autre, capacité qu'ont manifesté toutes les sociétés depuis les plus anciennes. L'anthropologie structurale nous a enseigné le rôle fondamental de l'institution de la Règle de la prohibition de l'inceste, celle qui oblige l'homme, dans l'invention de la société, à structurer ses relations sociales dans un rapport exogène/endogène, l'endogamie maintenant et affirmant l'unité clanique (mais l'inceste et l'étiollement menacent la tribu), l'exogamie permettant la non-agression avec le clan étranger et régénérant la tribu (mais, brisant le cercle sécurisant de l'identitaire, elle menace la tribu de dissolution). C'est dans cette recherche dialectique entre l'ouvert qui régénère et le fermé qui dégénère, fondée sur la dialectique Freudienne d'*Eros* et de *Thanatos*, que réside la problématique de l'autre homme : trouver la bonne distance. Et c'est précisément cette distance que la politique actuelle du patrimoine ne parvient plus à saisir ; pire, elle contribue selon nous, dans la surexposition du passé, passé pour une part non-dépassé, à réduire le rapport à l'autre à néant, l'immédiateté du rapport

⁵⁹ cité par M. Guillaume, in *La politique du patrimoine*, op. cit. p. 154.

entre l'homme et l'objet conservé détruisant, avec la distance, l'espace ou le lieu où pouvait justement exister l'autre.

Il nous reste à expliciter cette question en montrant comment, dans l'exposition du passé, nous sommes passés d'une représentation de l'autre à une transparence à l'autre. Il y a quelques années, une femme s'est noyée au pied des remparts du Mont-Saint-Michel pour sauver ses enfants qui s'étaient aventurés dans un bras de rivière. Si aucun secours ne lui fut porté à temps, de nombreuses caméras vidéo en revanche se sont attardées sur la scène. Lors, nous ne pouvons plus isoler une pensée du patrimoine d'une réflexion plus générale sur ses relations à l'histoire, celle du projet moderne et technique en l'occurrence, et à la mémoire prise dans son acception collective (mémoires plurielles, petits récits, mémoires des vaincus, des pêcheurs à pieds de la baie qui ont disparu avec la petite paysannerie). Les impasses de la conservation réifiante et les illusions de l'archéotopie nous amène à reconsidérer la question de la fin de la modernité comme fin d'une histoire, période charnière dans laquelle certaines formes du patrimoine et de la conservation pourraient peut-être signifier autre chose qu'une fin sans après, qu'une catastrophe.

L'essor patrimonial, signe de la fin d'une histoire

La sortie de l'historisme hérité du XIXème siècle semble corroborer le passage du patrimoine construit comme « l'instrument d'un ordre », pour reprendre les termes de Béghain⁶⁰, à une « pensée sensible de la mémoire ». Si certaines initiatives nous autorisent à penser qu'une telle transformation des usages et de la vocation du patrimoine est en cours (dans la société civile notamment), la multiplication des entreprises à caractère commercial dont le Mont-Saint-Michel est emblématique, doivent nous inciter à la plus grande prudence quant aux « bénéfiques » sociaux engendrés par la relation esthétique qui s'y crée. D'un point de vue problématique, le questionnement auquel nous pouvons nous livrer, dans une perspective nécessairement spéculative et normative, est de savoir dans quelle mesure la sortie de la modernité autorise à ne plus penser le patrimoine dans une problématique essentialiste - l'essence étant ici l'identité - mais dans une perspective pointée en direction de *l'être*. Il est probable, comme le pense Béghain, que les deux figures cohabitent.

Le dépassement de la vérité historique des traces de notre passé constitue le signe d'un abandon de la modernité, cette dernière pouvant être définie par le choix de l'Histoire : *« C'est un peu comme dans le mythe de la caverne de Platon : les objets de mémoire ne sont plus ces ombres que nous prenons pour la réalité ; nous sommes en capacité de distinguer vrai et faux patrimoine, de séparer les créations d'opportunités des figures fondatrices. Peut-être sommes nous entrés dans une nouvelle ère du patrimoine, nous déprenant un peu de son âge héroïque (...) cette modernité du patrimoine à laquelle nous sommes conviés nous permet de récuser son usage comme quête ou affirmation des origines , il est désormais inscrit dans l'histoire, et sujet, comme tel, à révision »*⁶¹. Or nous assistons, dans les sociétés technoscientifiques contemporaines définies par U. Beck comme des « sociétés du risque », au retour de l'indétermination que l'on croyait conjurée par la maîtrise technique de la nature. Et

⁶⁰ Béghain P. *Le Patrimoine : culture et lien social*, Paris, Presses de sciences po, 1998. 110 p.

⁶¹ Ibid. p. 103

c'est précisément dans cette période particulière de l'histoire des sociétés occidentales qu'émerge, comme préoccupation centrale, la question de la mémoire, qui apparaît dans l'ambiguïté de la crise (du manque) et de l'excès.

Dès lors que l'ancien monde moderne est menacé, et que plus fondamentalement l'homme est atteint, au delà de la survie de l'espèce humaine, jusque dans ce qui définit son humanité même, la tentation patrimoniale apparaît comme d'autant plus légitime que le sentiment d'accélération et d'inéluctabilité de la catastrophe est grand. La Mère Poulard et l'agneau de prés salés sont en cela des produits de la crise de la vache folle. La société de consommation a révélé aux yeux du plus grand nombre sa véritable nature et apparaît désormais, non comme une société d'abondance, mais de raréfaction des ressources et de ce qui pouvait permettre à l'homme de s'enraciner dans un sol. L'écosystème de la baie est un bien rare. C'est pourquoi nous pouvons appréhender d'un point de vue esthétique la relation au patrimoine comme réponse plus ou moins consciente à la menace de disparition, et de la disparition effective des ressources (la nature, le monde d'objets, la mémoire). En même temps, nous éprouvons au Mont-Saint-Michel, les limites d'une politique du patrimoine qui procède parfois à son tour à la réification et à l'instrumentalisation de ce qu'elle prétend préserver et/ou restituer.

Retour sur la conservation

Les objets de la conservation

Conserver c'est, selon Aloïs Riegl⁶², à la fois lutter physiquement contre le travail de la nature, contre les effets du temps, contre la destruction, l'érosion, mais aussi psychologiquement et socialement contre la perte, contre l'oubli. Il n'est pas de société possible sans mise en acte d'une logique minimale de conservation, celle-ci prenant des modalités spécifiques au type de société donné (avec ou sans histoire), à l'époque concernée (pour les sociétés à histoire), et finalement à l'imaginaire social qui structure le rapport des hommes au temps dans ce contexte singulier. La conservation, dont le musée « de société » est le dernier avatar, traverse les âges dans la mesure où il nous parvient sans cesse du passé des traces dont nous avons gardé, ou perdu, le sens. L'activité de conservation peut donc soit inaugurer un nouvel acte, un nouvel objet, soit s'inscrire dans la continuité de celle des hommes qui ont conservé avant nous, le plus souvent dans le souci de léguer une part de leur monde aux générations futures. Lors, si l'on cherche à comprendre, comme nous le proposons, le sens des pratiques actuelles de conservation, il faudrait pouvoir tenir compte à la fois de sa dimension anthropologique fondamentale, et donc de son rôle comme pratique fondatrice collective - ne serait-ce qu'à l'origine de toute forme de reproduction sociale - mais aussi de la singularité de l'époque actuelle, celle de l'Occident à l'orée du XXI^e siècle. Il y a fort à parier qu'un inventaire exhaustif des pratiques de conservation ne nous éclairerait pas plus sur le sens de la relation esthétique qui lie les hommes aux objets conservés, que sur la (les différentes) manière(s) dont ils envisagent d'habiter leur temps.

Le système des objets

⁶² Riegl A., *Le culte moderne des monuments*, op. cit.

Il nous semble que Baudrillard, dans une courte phrase introductive à son ouvrage *Le Système des objets*, et plus particulièrement dans l'analyse du système « non-fonctionnel », a pointé toute la duplicité du patrimoine relevée pour la première fois par A. Riegl⁶³ : « *Toute une catégorie d'objets semble échapper au système que nous venons d'analyser (fonctionnel) : ce sont les objets baroques, folkloriques, exotiques, anciens. Ils semblent contredire aux exigences du calcul fonctionnel pour répondre à un vœux d'un autre ordre : témoignage, souvenir, nostalgie, évasion. On peut être tenté d'y voir une survivance de l'ordre traditionnel et symbolique. Mais ces objets, tout différents qu'ils sont, font partie eux aussi de la modernité, et prennent là leur double sens* »⁶⁴. Une telle perception de la duplicité et de la contemporanéité, de l'objet ancien à l'époque où troquer l'armoire en chêne des aïeux contre une cuisine en Formica pouvait passer pour un signe de modernité, mérite d'être soulignée. Partant, l'analyse se fait beaucoup moins linguistique, et beaucoup plus anthropologique, puisque l'auteur envisage de construire, comme l'a fait Riegl un siècle plus tôt au sujet des monuments, une typologie des valeurs de l'objet ancien. Ce dernier se donne à saisir comme définitif, sous le signe de l'accompli, ... du parfait, c'est-à-dire littéralement « ce qui a lieu dans le présent comme ayant eu lieu jadis ». Cette formulation ne manquera pas de retenir notre attention dans la mesure où elle pointe, là encore, la duplicité de l'objet ancien comme trace du passé « ayant eu lieu », et « ayant lieu » (au sens de l'*étant*) dans le présent. Si l'on demande à l'objet fonctionnel d'être efficace, on attend de l'objet ancien qu'il soit accompli, qu'il se donne comme totalité, comme présence authentique : d'être, en d'autres termes, *fondé-sur-soi*. L'obsession de l'authenticité qui entoure l'objet ancien est celle de la certitude, celle de l'origine de l'œuvre en quelque sorte (la singularité, le nom, la signature). Ainsi, « *la fascination de l'objet artisanal lui vient de ce qu'il est passé par la main de quelqu'un dont le travail y est encore inscrit* »⁶⁵, ce qui a été créé comme unique et irréversible. Il faut voir dans la recherche de la trace créatrice, dont nous avons vu qu'elle pouvait prendre de nombreuses formes dans la relation esthétique au Mont, des formes collectives obsessionnelles, celle de la filiation et de la transcendance paternelle. Comme l'a montré, depuis Freud, la psychanalyse, l'authenticité vient toujours du Père : c'est lui la source de la valeur. Souvenons-nous que le mot patrimoine signifie « nom du père ».

Tradition et modernité

Jean Baudrillard avait fort justement remarqué, à l'orée des années soixante-dix, que toutes les couches sociales ne validaient pas avec une identique pertinence son modèle de compréhension. Ainsi remarquait-il que « les couches sociales primitives (les paysans et les ouvriers) n'ont que faire du vieux et aspirent au fonctionnel ». Est-ce à dire que plusieurs couches pourraient vivre en apparence dans le même temps, et en fait habiter des temps différents ? Il semblerait en tout cas qu'aujourd'hui, l'ensemble de la société moderne soit entré dans le dilemme énoncé par l'auteur : « *nous voulons à la fois n'être que nous-mêmes (modernes) et être de quelqu'un (traditionnels), c'est-à-dire à la fois être le père et succéder au père* »⁶⁶. Une telle assertion permettrait de rendre compte de l'ambiguïté dont nous faisons preuve à l'égard de la nature en particulier, désirant assumer jusqu'à son terme le projet prométhéen de réorganiser le monde, d'aménager et d'artificialiser la nature, tout en la considérant comme patrimoine (nom des Pères).

⁶³ *Ibid.*

⁶⁴ Baudrillard, *Le système des objets*, Paris, Gallimard, 1968. p 103.

⁶⁵ Baudrillard J., *Le système des objets*, op. cit.

⁶⁶ Baudrillard J., *Le système des objets*, op. cit.

Le paysage de la baie oscille, comme nous l'avons vu, entre la techno-nature contrôlée et la nature re-mythifiée du chaos originel. Par cette ambiguïté irrésolue, écrivait encore Baudrillard, « *c'est le même processus qui soumet la nature au travers des objets techniques et domestique les cultures au travers des objets anciens (...) C'est le même impérialisme privé qui rassemble autour de lui un milieu fonctionnellement domestiqué et les signes domestiqués du passé, objets-ancêtres d'essence sacrée, mais désacralisée, et dont on exige qu'ils laissent transparaître leur sacralité (ou historialité) dans une domesticité sans histoire* ». Ainsi, pour achever notre analyse, nous faut-il dénoncer l'impasse d'une certaine forme de conservation/exposition du patrimoine incapable de réconcilier, dans le double statut de l'objet ancien, deux mondes irrémédiablement perdus : le présent et le passé. Mais c'est oublier un peu vite, selon nous la possibilité de penser qu'il pourrait exister différentes postures sociales à l'articulation du passé et du présent, c'est-à-dire différents lieux de production idéologiques du patrimoine.

La conservation comme possible appropriation de l'autre

Il nous faut maintenant concevoir la conservation comme une mise en œuvre spécifique, dans une époque donnée, de notre rapport au passé et de la passéité. Tout en produisant une matérialisation du passé, elle participe nécessairement de l'élaboration collective d'une représentation de ce même passé dans le présent. Or, la conservation telle qu'elle nous apparaît dans son *résultat*, les objets ou savoirs conservés, suppose qu'à un moment donné, on se soit soucié d'extraire au travail du temps et de l'oubli passif, les objets ou des savoirs que l'on jugeait bon ou utile de conserver. Cette considération nous conduit à reposer la question dans ces termes : la conservation n'induit-elle pas également un traitement du présent comme « futur passé » ? C'est que pour M. Guillaume⁶⁷, « *le passé conservé n'est pas seulement ce qui a existé il y a longtemps ; c'est l'ensemble de tous les éléments qui sont mis à l'écart parce qu'ils ont cessé d'être opératoires dans la société présente* ».

Partant, le présent est susceptible d'être conservé comme un futur passé, c'est-à-dire un ensemble d'éléments dont on peut penser qu'ils vont passer parce qu'ils deviendront rapidement obsolètes. Il nous semble que le ressaisissement actuel d'objets, de savoirs et savoir-faire, récits, et éléments culturels de diverses natures appartenant à des communautés ou cultures menacées de disparition, au sens où elles manifestent leur *vulnérabilité*, en constituant leur présent comme futur passé, vise à inscrire ce dernier en temps que trace de leur passage et en temps que preuve de leur existence. Ce processus systématisé et autonomisé, car il s'agirait à présent d'un processus plus que d'un projet, peut être compris comme l'exercice d'un travail de deuil, dont nous voulons montrer les limites, mais également comme prolongement désespéré de l'écriture d'une histoire, au sens d'un travail d'écriture du passé dans le présent. La conservation, en tant qu'elle est devenue système, à l'instar de la communication ou de la consommation, doit selon nous faire l'objet d'une attention particulière, qui pourrait éclairer le rapprochement que nous tentons d'opérer entre l'histoire et le patrimoine.

⁶⁷ Guillaume M., *La politique du patrimoine*, op. cit. p. 94

Conservation symbolique, conservation hétérologique

Nous poursuivrons notre réflexion en nous appuyant sur la distinction qu'opère M. Guillaume entre la conservation *symbolique* (ancestrale) et la conservation des choses matérielles qui nous préoccupe, qu'il nomme *hétérologique*. La conservation des os constitue selon lui un archétype de la conservation symbolique telle que nous pouvons la définir comme « *l'inscription par la société présente, sur ce qui lui a été légué, de sa représentation de la mort* »⁶⁸, dans un rapport binaire fonctionnant sur des systèmes d'opposition largement mis en exergue par l'anthropologie structurale, vie/mort, visible/invisible, matériel/immatériel...

Toutes les sociétés traditionnelles, où la pensée symbolique dominait, ont ainsi conçu la conservation dans le cadre de la convocation du passé, rappelé dans le présent par l'intermédiaire de rites très spécifiques, sous la forme de l'invisible, de l'immatériel. Les morts constituent de ce point de vue une présence, celle de l'invisible, dans la société, qu'il s'agisse du passé lointain (les hommes ou les dieux fondateurs de la société, le mythe des origines) ou du passé proche (les ancêtres). Nous nous intéresserons, pour notre part, à la conservation *hétérologique*, celle qui se construit littéralement à partir d'un savoir sur l'Autre. Notre culture moderne, constate M. Guillaume, « *rejette un certain mode de présence du passé dans le présent et du même coup en accommode les restes (...) Inconsolable civilisation qui récuse l'âme mais accommode les restes et les signes, exclut mais en même temps veut rendre tout visible* »⁶⁹. Le passé se retrouve ainsi selon lui comme mis à distance, séparé du présent. Or, cette objectivation du passé, que dénonce l'auteur voyant que l'on « *croit rétablir ainsi la continuité entre le présent et le passé mais en constituant ce dernier en objet d'études, on ne fait qu'inscrire le présent sur ce qu'on croit saisir de la matière morte du passé* », nous renvoie précisément à l'analyse que livrait K. Pomian⁷⁰ de l'invention de l'histoire moderne à partir de la Renaissance. La dynamique du patrimoine tend donc à *constituer le passé en Autre de la société moderne*, comme lieu possible d'une altérité, à force d'avoir réduit et normalisé la différence. L'hétérologie, dans la mesure où elle constitue une mise à distance de l'Autre en même temps qu'elle procède d'une démarche heuristique, constitue cette dimension commune à l'histoire et au patrimoine à partir de laquelle nous pouvons penser celui-ci comme une sorte de métamorphose de celle-là. Non pas que le patrimoine, au sens des pratiques sociales qui s'y rattachent et en tout premier lieu la muséographie, ne constitue une réification de l'histoire déjà écrite, bien que l'on pourrait en formuler l'hypothèse, mais qu'il se soit substitué, comme mode d'objectivation du passé, à la production historique. Aloïs Riegl avait déjà remarqué, il y a un siècle, la rupture qui s'est opérée dans le passage d'une production de monuments historiques à celle de monuments « anciens » qui tirent leur valeur de leur passéité, et non plus de leur sens esthétique ou de leur appartenance à l'histoire.

Nous l'avons éprouvé au Mont, devant le silence des pierres. Cette question rencontre, dans l'actuelle muséographie, celle du désir moderne de mise en lumière, voire de *transparence*⁷¹ du monde inhérent à la modernité avancée. Le mythe de la modernité s'était édifié en effet sur « *cette nouvelle modalité du croire selon laquelle l'instance dernière du réel est sa*

⁶⁸ *Ibid.* p. 97

⁶⁹ *Ibid.* p. 100.

⁷⁰ Pomian K., « De l'histoire, partie de la mémoire, à la mémoire, objet de l'histoire », op. cit.

⁷¹ Songeons à l'élucidation de la technique par M. Heidegger, qu'il définit comme un mode de *dévoilement* du monde.

matérialité »⁷², constituant le passé en objet d'étude hétérogène, c'est-à-dire non plus dans sa conservation active dans les mémoires collectives (l'oubli actif), mais à partir de son *exposition* sur un mode universel. Cette dé-monstration du passé, caractéristique de la logique patrimoniale actuelle, et plus particulièrement des musées de société, qui conduit à l'accumulation des traces et des preuves du passé à la manière dont l'histoire moderne se construit sur une accumulation des faits, mais *a posteriori*. Nous avons trouvé chez Michel de Certeau⁷³, dans *L'Écriture de l'histoire*, les bases conceptuelles de ce questionnement : « *L'accumulation du savoir moderne, dans le champs de l'histoire comme dans ceux des sciences humaines, est une hétérologie - savoir sur l'autre - et c'est précisément cette position initiale d'extériorité qui rend possible son accumulation (...) D'autres sciences humaines, la médecine moderne, l'ethnologie, la géographie etc., se développent de la même manière, à partir d'une mise à distance de leur objet et d'une perte afin de le constituer en corpus propre, rendu visible et lisible* ». Et M. Guillaume de conclure : « *L'attention portée au passé et à une certaine forme de conservation n'apparaît plus alors comme un phénomène isolé ; elle n'est plus non plus une vague réaction nostalgique contre le désenchantement de l'époque moderne (...) elle s'inscrit au contraire parfaitement dans la modernité et dans son nouveau paradigme du voir et du savoir* »⁷⁴.

La perspective d'une continuité de la modernité, même si nous tentons d'en montrer la perdurance sous certains aspects, en l'occurrence la dimension hétérologique, n'est plus tenable dans la mesure où le passage de l'hétérologie historique à l'hétérologie patrimoniale peut être interprété comme le signe d'un abandon de la modernité dans ses fondements justement « historiques » et politiques. En d'autres termes, considérer cette continuité comme réelle nous conduirait à négliger la véritable nature du changement qui s'est opéré dans le rapport – esthétique - que nous entretenons au passé.

Du point de vue de la temporalité, qui doit selon Ricoeur être distinguée de l'historicité en ce qu'elle relève de la maîtrise de l'articulation entre « *le futur d'attente, le passé de tradition, le présent dans son surgissement intempestif* »⁷⁵, nous exigeons du passé qu'il devienne visible comme nous demandons à l'avenir d'être pré-visible techniquement. Les deux démarches aboutissent *in fine* à un arraisonnement de notre passé comme de notre devenir. D'un côté, en effet, la mémoire urbaine, industrielle ou paysanne - *l'ayant été* - devient l'objet d'une réification que la multiplication des supports immatériels apprête à la consommation/consumation en tant qu'information, comme c'est le cas du Mont-Saint-Michel ; de l'autre, l'utopie et toutes les formes anciennes y compris modernes de maîtrise de l'avenir en tant que projet et projection collectifs, sont réduits à la prévision statistique et, aujourd'hui, à la modélisation informatique et numérique du réel⁷⁶. Existe-t-il d'autres modes de ressaisissement et d'actualisation de la mémoire qui puissent frayer un chemin entre les deux écueils du patrimoine, entre la recollection/accumulation névrotique et la surexposition réifiante ?

⁷² Guillaume M., op. cit. p. 101

⁷³ De Certeau Michel, *L'Écriture de l'histoire*, Paris, Gallimard, 1975. P. 12.

⁷⁴ Guillaume M., *La politique...*, op. cit. p. 103.

⁷⁵ Ricoeur P., *Temps et récit*, op. cit. tome III, p. 186.

⁷⁶ Comme en témoigne le récent colloque *Les temps de l'environnement*, nov. 1997, Toulouse. Il y était notamment question du développement des modèles informatiques destinés à saisir l'évolution, jugée « naturelle » en l'occurrence, de phénomènes socio-politiques tels que l'évolution des terres agricoles.

Le rôle des objets dans la dynamique de la mémoire et de l'oubli.

Dans son introduction à *la Politique du patrimoine*⁷⁷, M. Guillaume remarque que « quelques objets seulement ne vieillissent pas, ils deviennent anciens ». Reprenant l'analyse développée par J. Baudrillard dans *Le Système des objets* dont nous venons de rendre compte, il part du constat qu'il semble exister une incohérence, une *contradiction* dans notre approche des objets entre l'obsession moderne de la conservation du prestigieux d'une part, et les modes de production, de consommation et finalement de destruction propres aux sociétés industrielles. Les deux systèmes, l'un symbolique et l'autre, économique, sembleraient fonctionner dans une relation d'étroite interdépendance, le premier pouvant être considéré comme fondement du second. Ainsi, la symétrie remarquée par Baudrillard entre l'objet banal (série) et l'objet idéal (authentique) prend ici le sens d'une relation dialectique, l'objet ancien (les vieilles pierres du Mont, par exemple) venant restaurer l'illusion d'une continuité entre les objets, rompue lors du passage de l'artisanat à l'ère industrielle (l'habitat collectif en béton), et articulant sa valeur historique à l'obsolescence comme « valeur » de l'objet industriel. Par la multiplication récente des pratiques de conservation, d'initiatives privées ou publiques, à destination sociale ou individuelle, les objets en sursis de destruction peuvent, en fait, donner lieu à deux formes principales de conservation : la *collection* d'une part et ce que M. Guillaume nomme les « *objets de suture* » de l'autre. Les seconds, qu'il compare à des petits « monuments domestiques » occupant une fonction mémoriale, apparaissent plus sous la forme d'une « constellation » que d'une collection : c'est le monde des « objets sans qualités (collectives), des pratiques ordinaires destinées à marquer l'empreinte d'une famille ou d'un individu. C'est, par exemple, la photographie ramenée du Mont-Saint-Michel, mais dont l'objet n'est pas tant d'artialiser le monument (pré-texte) que d'inscrire la trace d'une mémoire sociale (familiale, par exemple). Cette conservation/collection peut-être interprétée comme un moyen de lutter contre l'irréversibilité du temps, par construction d'un temps cyclique de la répétition⁷⁸.

La mémoire et les objets de suture

Arrêtons nous un instant sur cette catégorie bien particulière d'objets que sont les objets hérités, les objets transmis ou, pour ce qui nous concerne, les objets-souvenirs, rapportés de voyage, que nous conservons comme une part de nous même et paradoxalement, parce que la présence de l'Autre y est inscrite. Dans cette catégorie, qui peut constituer une part importante de notre monde d'objets en tant qu'ils constituent des petits « monuments domestiques », les *surfaces d'inscription* que sont les livres et, surtout, les photographies, jouent un rôle de tout premier ordre. Relevant des documents, dont K. Pomian⁷⁹ a montré qu'ils procédaient du fondement de la production historique, nous voudrions revenir sur quelques considérations à caractère anthropologique issues de l'analyse sémiologique de R. Barthes⁸⁰.

L'intuition de ce dernier nous semble pouvoir porter un éclairage tant sur la production muséographique, comme mise en mémoire d'images, et la prolifération contemporaine de ces

⁷⁷ Guillaume M., *La politique du patrimoine*, op. cit. p. 14

⁷⁸ Voir Pomian K. « *Entre le visible et l'invisible, la collection* » in *Libre n° 3*, 1978 ; Guillaume M. *La politique du patrimoine*, op. cit. chapitre 3 : « *De la collection* » ; Baudrillard J., *Le Système des objets*, op. cit. , chapitre B-II « *Le système marginal : la collection* », p. 120-150.

⁷⁹ Pomian K., « De l'histoire, partie de la mémoire, à la mémoire, objet de l'histoire », in *Revue de Métaphysique et de Morale, Mémoire, histoire*, 1998. pp. 63-111.

⁸⁰ Guillaume M, *La Politique du patrimoine*, op. cit.

images, en particulier au travers des réseaux de télécommunication (télévision, internet). Il voit, en effet, la photographie comme relevant d'une « intention » muséographique par laquelle le portrait, par exemple, a remplacé les anciens statuaires. Cette intention serait nourrie d'une volonté d' « *attester la réalité du passé d'être le passé dans le présent* ». Pour Barthes, la photographie procède d'une dialectique, qui pourrait être également celle du musée, articulant pour une part une tentative de retenir le temps (« *la photo répète et amplifie le manque qui s'éprouve dans le désir de saisir que je ne peux concevoir que sur le mode du passé* ») et en même temps d'attester de la réalité du passé d'être le passé dans le présent (« *la photo représente ce moment subtil où, à vrai dire, je ne suis ni un sujet ni un objet, mais plutôt un sujet qui se sent devenir objet : je vis dans une micro-expérience de la mort* »). Dans combien d'albums de famille en France et dans le monde le Mont-Saint-Michel figure-t-il à l'arrière plan d'une photographie mettant en scène parents, enfants, amis ? Plus que de l'Histoire, l'enjeu social des pratiques esthétiques mises en œuvre au Mont (acquisition de l'objet souvenir, prise d'une photo, signature sur le toit de l'abbatiale, etc.) renvoie finalement essentiellement à celui des mises en scène de la mémoire prise dans son acception collective sociale.

La mémoire comme compromis

Ainsi qu'en témoignent les travaux de Maurice Halbwachs⁸¹ sur la mémoire sociale, le passé mémorisé est très largement choisi non par rapport à la matérialité des événements, mais par rapport au sens dont ces derniers sont porteurs dans le présent ; plus, par le *projet* que forme ce sens dans le présent. Certains objets, que Riegl⁸² appelait monuments intentionnels, visent à matérialiser le passé, à rendre visible le passé que nous avons choisi de retenir : le monument aux morts, la plaque commémorative, etc. Ce sont les *objets mnémoniques*. Le concept, plus étendu que la notion de monument historique chez Riegl, recouvre à présent les emblèmes et les archives, rejoignant de ce point de vue les *lieux de mémoire* chers à P. Nora. La mémoire apparaît, à ce niveau intentionnel, comme « *un procès différentiel de valorisation et d'effacement, de souvenir et d'oubli* »⁸³ faisant l'objet d'un *choix*, social ou individuel, clairement consenti et consciemment réalisé.

Mais la mémoire semble opérer à un second niveau, inconscient celui-là, qui lui donne sa dimension dialectique en introduisant une dimension négative qui est fondamentale à son exercice : *l'oubli*. « *De même que le rêve est le gardien du sommeil, les objets de suture mnémonique sont les gardiens de l'oubli* » poursuit M. Guillaume. Ce niveau inconscient de la mémoire ne saurait, précisons-le, être doté d'un fonctionnement autonome et son travail s'articule avec celui de la mémoire consciente, celui du choix. La psychanalyse nous a largement enseigné comment une rationalité consciente permet, en le masquant, à un mécanisme inconscient de fonctionner, dans une sorte de compromis. La mémoire pourrait donc être assimilée un tel compromis dans la mesure où « *la plupart des choses conservées se présentent ainsi sous la double forme apparente anodine d'une mnémotechnique alors que cette fonction mise en avant n'est en réalité, le plus souvent, qu'une fonction écran* »⁸⁴. Les objets conservés, au domicile comme au musée de société, acquièrent du coup un double statut renvoyant pour une part à la mémoire ordinaire (qui produit le *document*, l'*archive*), et

⁸¹ Halbwachs M. *Les cadres sociaux de la mémoire*, Paris, Albin Michel, 1994 (2^e édition), suivi de *La mémoire collective*, Paris, Albin Michel 1997.

⁸² Riegl A., *Le Culte moderne des monuments*, op. cit.

⁸³ Guillaume M., *La politique du patrimoine*, op. cit. p. 67.

⁸⁴ Ibid. p. 69

pour une autre à la mémoire active qui, jouant de l'ambiguïté des signifiants et se jouant de la réalité, en fait des *monuments* (des gardiens). Précisons maintenant la fonction cachée de la mémoire, *a priori* paradoxale mais complémentaire du souvenir, que nous formulerons comme étant sa capacité à *oublier*, sa puissance d'oubli.

De l'oubli

« *Le patrimoine n'existe pas en tant que tel* » lance abruptement P. Béghain en conclusion de *Patrimoine : culture et lien social*, pour signifier, comme l'archive n'existe pas sans l'archiviste, qu'il ne peut faire l'objet que d'un choix : celui de conserver certaines traces du passé au détriment des autres. Autrement dit, décréter que tel ou tel objet fait partie du patrimoine ne participerait pas tant, finalement, d'un travail de mémoire au sens d'une accumulation des traces, que d'un important travail d'oubli, autant dire de deuil, face à la masse d'objets, de souvenirs, de valeurs et de récits dont nous devons en permanence nous dessaisir. Freud inclinait à penser qu'il existait deux sortes d'oubli, dialectisées l'une à l'autre : l'oubli qui laisse échapper sans résistance une multitude de faits insignifiants et celui qui, au contraire, peut s'analyser comme refoulement, comme « lésion de la mémoire », l'oubli procédant d'une alternative entre remémoration (réparation du mauvais oubli négatif) et répétition (retour du refoulé sous la forme du symptôme)⁸⁵. Or, l'objet mémorial, c'est-à-dire l'ensemble composé des objets que nous avons définis comme objets mnémoniques et objets de suture, semble dépasser, dans son rôle thérapeutique, cette alternative pensée entre refoulement et remémoration : c'est l'objet du « savoir oublier » qui, prenant la place du symptôme, produit un effet comparable à *l'anamnèse* en analyse clinique.

Il faut donc concevoir cet objet, au rôle libérateur, comme un analyseur permettant le travail de deuil, sur le terrain même où il advient, sur sa cause même, celle dont l'objet reste le témoin. En d'autres termes, il constitue le « pré-texte » à une multitude de récits dont il devient le support, à la manière des photographies des albums de famille ou de l'objet-souvenir auquel on accorde pas *a priori* d'importance. Il se distingue en cela de l'objet de collection, lequel, dans sa répétition, ne permet pas à l'inconscient d'opérer le travail de déplacement selon une chaîne d'association de signifiants, qui du coup resurgit alors sous la forme du symptôme névrotique. Et M. Guillaume de conclure : « *La conservation mémoriale regroupe tous les objets qui restent dans les sites du deuil et qui permettent ainsi autant d'abréactions atténuées et spontanées, tandis que la conservation « déplacée » d'objets fétiches ou de collection conforte des fixations névrotiques ou des états mélancoliques* »⁸⁶. Nous touchons là à une dimension positive de l'oubli, celle qui justement constitue l'objet de la cure analytique.

Les objets mémoriaux, constituent l'appareil de la *puissance d'oubli*, en tant qu'ils constituent de simples traces du passé, des pré-textes à partir desquels peut prendre appui la parole dans l'élaboration de récits, du récit familial des origines au récit collectif produit par les communautés ou sociétés disparues. Dans la névrose, le souvenir et la tristesse semblent s'attacher aux reliques du temps passé. Une partie de l'œuvre de Benjamin, consacrée à Baudelaire⁸⁷, vise justement à montrer comment le poète, en allégoricien, fera surgir dans

⁸⁵ Freud S., *Introduction à la psychanalyse*, Paris, Payot, 1992.

⁸⁶ Guillaume M., *La politique...*, op. cit. p. 82.

⁸⁷ Benjamin W. « *Sur quelques thèmes baudelairiens* » *Charles Baudelaire. Un poète lyrique à l'apogée du capitalisme*, traduction de J. Lacoste, Paris, Payot, 1982.

Paris les monuments, les souvenirs, les ruines et les fragments que la rumination mélancolique ne peut assembler. « *L'anachronisme de la mémoire involontaire*, commente F. Coblence, où le mélange des temps est le gage de la conservation du passé et où tout souvenir est solidaire du monde de la remémoration, s'oppose au douloureux de la relique ou du monument commémoratif »⁸⁸. Ces jeux du souvenir et de l'oubli sont illustrés par les mises en scène montoises de la mémoire.

⁸⁸ Coblence F. « *La passion du collectionneur* », op. cit. p. 69.

Conclusion : le développement de l'industrie culturelle appelle-t-il une ethnologie de la relation esthétique ?

Si l'on s'accorde sur le fait que la sociologie s'est tournée depuis un demi siècle au moins vers le monde du changement, de la vitesse, de l'innovation, et du déjà institué, en se forgeant des outils adaptés à l'appréhension de phénomènes sociaux de grande ampleur, et que l'anthropologie regarde au contraire du côté du petit, du local, de l'émergent, de l'invisible, du symbolique, etc, alors, nous devons convenir que le premier type d'approche est plus adapté a priori à la compréhension des dynamiques du développement patrimonial tel qu'il s'est manifesté depuis plusieurs décennies déjà dans un certain nombre de lieux hérités de notre passé religieux ou industriel. Avec plus de trois millions de visiteurs par an, un chiffre d'affaire avoisinant celui des plus grandes industries régionales et des projets d'aménagement considérables entrepris par l'Etat en vue de son désensablement, le Mont-saint-Michel nous renvoie d'emblée résolument du côté du flux, de la gestion des masses et de ce que Th. Adorno avait fort justement nommé l'industrie culturelle. Mais la massification de la fréquentation du Mont, si elle correspond à une réalité commerciale aux conséquences sociales et anthropologiques négatives, n'épuise pas la totalité du sens des visites effectuées. Loin de procéder d'une pure uniformisation/standardisation culturelle, les modes de fréquentation des monuments historiques ont, avec l'entrée dans la société de consommation, puis de communication, subi de grands bouleversements, qui ont plutôt conduit à un éclatement et à une diversification des pratiques, des attitudes et des attentes. Entre pertes et gains de sens, la visite connaît aujourd'hui des formes beaucoup plus variées et complexes que par le passé, c'est-à-dire celui des deux grandes époques marquées par la société religieuse, puis par la société républicaine et l'Etat-nation.

Loin d'avoir disparu, mais pas toujours très explicites, les héritages pré-modernes et modernes, religieux et laïcs, mais aussi païens et mystiques, se recomposent dans les divers imaginaires contemporains, dans une pluralité de figures que nous avons choisi d'appréhender. Nature sauvage ou domestiquée, contes et légendes, maritimité, insularité, marchands du temps et « Merveille », etc., constituent le substrat d'une pluralité de relations esthétiques et contribuent à forger les imaginaires sociaux autant qu'ils en découlent. C'est dans le double mouvement qui lie les visiteurs au lieu et aux dispositifs (commerciaux, ludiques ou religieux) qui leurs sont destinés, ainsi que dans le regard instituant porté en retour sur ces formes, que nous avons tenté de comprendre le sens de la relation esthétique en question. C'est par l'exploration des imaginaires sociaux inscrits dans le site et portés par les visiteurs, que nous avons pu procéder à un approfondissement de la question de la vocation religieuse du Mont à l'heure du désenchantement du monde en pointant notamment le glissement qui s'opère, dans le champ de la spiritualité, entre les pratiques religieuses ancestrales – et instituée – et les nouveaux modes de fréquentation construits sur l'attente d'une nature sacralisée et mythifiée.

BIBLIOGRAPHIE

Arendt H., « *Walter Benjamin* » in *Vies politiques*, traduction de E. Adda, Paris, Gallimard, 1974.

Bakhtine Mikhaïl, « Formes du temps et du chronotope dans le roman (essais de poétique historique) » in *Esthétique et théorie du roman*, Gallimard 1987, première édition russe 1925.

Baudrillard, *Le système des objets*

Beck U., *Risk and society*,

Béghain P. *Le Patrimoine : culture et lien social*, Paris, Presses de sciences po, 1998.

Belleau Hélène, « Le récit de l'album de photographies : regard sur l'intimité familiale ? », *Mana*, n° 3, 1997, Université de Caen.

Benjamin W. « *Eduard Fuchs, collectionneur et historien* » (1937), traduction de P. Ivernel, *Macula*, n°3/4, 1978, cité par F. Coblenz, « La passion du collectionneur » in *Traverses*, Centre G. Pompidou, été 1992

Bertho-Lavenir C., « l'économie du voyage et le monument » in *L'abus monumental*, actes des entretiens du patrimoine 1998, coédition Fayard / éditions du patrimoine, 1999.

Boiteux Martine, « Espace urbain, rites et symboles » in Hinard François et Royo Marcel (eds.) *Rome l'espace urbain et ses représentations*, Presses de l'Université de Paris-Sorbonne, 1991

Choay F., *L'Allégorie du patrimoine*, Paris, Seuil, 1992.

Corbin Alain, *Le territoire du vide l'occident et le désir de rivage 1750-1840*, Aubier, 1988, édition Champs Flammarion, p. 12.

De Certeau Michel, *L'Écriture de l'histoire*, Paris, Gallimard, 1975.

Dictionnaire culturel du christianisme, Lemaître N., Quinson M.T., Sot V., Cerf / Nathan, 1994, p. 74.

Freud S., *Introduction à la psychanalyse*, Paris, Payot, 1992

Fromentin Frédérique et Pallier Yveline (sous la direction), *En Quête d'image(s) le Mont Saint-Michel et sa baie*, éditions Apogée, Rennes, 1999.

Guillaume M. *La Politique du patrimoine*, Paris, Galilée, 1980

Halbwachs Maurice, *La topographie légendaire des évangiles en terre sainte, étude de mémoire collective*, PUF, 1941.

Lemarchand F. « Le tiers espace », in *En Quête d'image, le Mont-Saint-Michel et sa baie*, Ed. Apogée, 1999. pp. 36-41.

- Malle Louis, *Un pèlerinage au Mont Saint-Michel*, éditions de l'Atelier, 2000.
- Miossec, *La nature littorale et les formes de sa gestion*, in *Les littoraux espaces de vies*, Dossier des images économiques du monde, Sedes, coordonné par André Gamblin, 1998.
- Piette Albert, « La photographie comme mode de connaissance anthropologique », in *Terrain* n° 18, 1992, pp. 129-136.
- Pomian K., « De l'histoire, partie de la mémoire, à la mémoire, objet de l'histoire », in *Revue de Métaphysique et de Morale*, **Mémoire, histoire**, 1998
- Poulain, « Goût du terroir et tourisme vert à l'heure de l'Europe », in *Ethnologie française*, XXVII, 1997, 1, Pratiques alimentaires et identités culturelles.
- Rauch, « Du guide bleu au routard : métamorphoses touristiques » in *Revue des sciences sociales de la France de l'Est*, 1997, n° 24.
- Relieu Marc, « Voir et se mouvoir en marchant dans la ville », in *Villes, Courrier du CNRS* n° 82, 1996, p. 107.
- Riegl A., *Le Culte moderne des monuments*, Paris, Seuil, 1992.
- Roux, *L'imaginaire marin des français, mythe et géographie de la mer*, L'Harmattan, collection Maritimes, 1997.
- Sansot Pierre et Honorat Annie, « Qu'est ce qu'une rue gaie ? petite leçon de phénoménologie » in *Les annales de la recherche urbaine*, n° 64, pp. 76-79.
- Sauvageot Anne, *Voires et savoirs, esquisse d'une sociologie du regard*, PUF, 1994
- Topalov, « La ville à travers ses mots », in *Villes, Courrier du CNRS*, n° 82, mai 1996.
- Touillier-Feyrabend Henriette, « Des images pour consommer », in *Ethnologie française*, XXVII, 1997, 1.
- Venturi Robert & alii, *L'enseignement de Las Vegas*, 1970, repris dans *Jardins et paysages*, sous la direction de Jean-Pierre Le Dantec, Larousse