

Les montagnes: représentations et constructions culturelles

Bernard Debarbieux

in Y. VEYRET (dir.), 2001, *Les montagnes : discours et enjeux géographiques*, Paris, SEDES.

Introduction

Le précédent chapitre de cet ouvrage a longuement insisté sur un paradoxe récurrent du discours géographique appliqué à la montagne: la montagne y apparaît souvent comme un objet évident, et pourtant l'examen de très nombreux travaux souligne le caractère problématique de sa définition et de son inscription dans une argumentation disciplinaire. Ce chapitre a finalement suggéré que la montagne, loin d'être d'un concept ou une catégorie clairement établie, était d'abord et avant tout une représentation relativement partagée par convention implicite au sein d'une communauté scientifique.

Ce chapitre va montrer qu'il en est ainsi de nombreuses autres représentations de la montagne: représentations touristiques, populaires, politiques. Elles sont souvent ancrées très profondément dans les diverses cultures et les cultures spécialisées, dans la culture scientifique comme dans la culture technique, rarement perçues comme des constructions culturelles et pourtant éminemment historiques, contextuelles et analysables en tant que telles. Ce chapitre, conçu dans une perspective géographique, insistera tout particulièrement sur les traductions concrètes de ces représentations dans un ensemble de pratiques et d'actions, dans des aménagements et des politiques d'aménagement, dans des paysages et des formes d'urbanisation.

1. Les formes récurrentes de l'imaginaire de la montagne

Il est important de noter pour commencer que dans la plupart des langues, il existe un ou plusieurs termes génériques pour désigner une collection d'objets géographiques qui, par ailleurs, sont aussi des lieux, des milieux ou des paysages particuliers. La notion de montagne fonctionne presque toujours comme une catégorie qui contribue à mettre de l'ordre dans le réel et à en qualifier les éléments. On pourrait dire qu'elle est une catégorie géographique du sens commun. Cela implique qu'on lui associe des valeurs génériques, des représentations emblématiques ou archétypales et que tout lieu, tout milieu, qui est apparenté à cette catégorie est sensé posséder ces valeurs, être apparenté à cette catégorie. Les valeurs, les images, les représentations de la montagne constituent donc un ensemble de qualités ou d'attributs qui conditionnent l'appréhension et la pratique de chacune de ses occurrences.

Les quelques auteurs (Samivel, 1962; Marin Segaud et Françoise Paul-Lévy, 1983; Jean-Paul Bozonnet, 1992) qui se sont efforcé de comparer ces qualités et ces attributs montrent qu'il en est qui sont très partagées par des sociétés très différentes, alors que d'autres sont beaucoup plus spécifiques à l'une ou à l'autre. Pour les premières, nous parlerons de formes récurrentes de l'imaginaire de la montagne.

Un modèle de l'altérité

La forme la plus récurrente consiste à considérer la montagne comme un "ailleurs" et comme un "autre". En effet, on a déjà dit (chapitre 1) que dans la langue française, on désignait comme "montagne" des lieux et des éléments du paysage qui présentaient un fort contraste topographique avec le lieu d'où on les observe et où on les imagine. Il en est de même de quantité de langues où une analyse comparable a été conduite. La montagne est donc d'abord et avant tout un objet qui se différencie pour des raisons essentiellement topographiques de l'endroit d'où on la nomme. Elle est donc ailleurs; et elle est autre, autrement constituée, autrement organisée. Certains auteurs ont été tenté d'expliquer cette récurrence par le type d'expérience sensible qu'occasionne la vision du contraste paysager ou l'ascension (Bozonnet, Durand); mais l'interprétation importe peu pour la plupart des géographes.

De très nombreux travaux ont souligné ce fait, dans des environnements très différents: il ne surprend pas pour des lieux où le contraste paysager entre plaine ou avant-pays et montagne est spectaculaire; il est plus remarquable et intéressant pour des contextes différents: Yves Luginbhul a montré qu'il fonctionnait entre la côte et la "montagne" bourguignonne (Yves Luginbhul, 1992); des spécialistes de l'Himalaya ont montré qu'il se retrouvait pour des sociétés vivant sur les hauts plateaux du Tibet et du Ladakh et sur les pentes de l'Himalaya (Joelle Smadja, 2002, p 58).

L'emprise de la vision religieuse

Cette représentation partagée de l'altérité engendrée par le contraste paysager, couplée avec la dimension verticale de l'objet, ont certainement contribué à privilégier la localisation en montagne de puissances divines. Les travaux d'histoire des religions ont montré que de très nombreux sommets, immenses ou modestes, sont considérés tantôt comme la demeure des Dieux, tantôt comme le lieu des révélations divines (comme dans la Bible), tantôt comme lieu du Paradis. Franck Schrader, géographe et alpiniste notoire, avait été frappé par ce caractère: "Si l'homme primitif a fait de la montagne, le séjour de plus grand que lui, c'est qu'il y voyait comme le trait d'union qui reliait le ciel et la terre, le monde universel au monde humain, l'infini au fini, l'éternel aux choses qui passent" (Franz Schrader, 1898).

Certains sommets ont même acquis des dimensions proprement cosmogoniques. Beaucoup ont été, ou sont encore considérés comme des centres du monde (Mircea Eliade, 1957; Samivel, 1962), des axes autour desquels tourne la terre et se structure l'espace des hiérophanies, des pôles de la distribution des énergies telluriques ou cosmiques qui animent la terre (par exemple Jean Pierre Raison, 1977, pour Madagascar). On peut être tenté de rapprocher ce constat des tentations diverses d'accorder à un sommet remarquable un statut comparable dans l'histoire des sciences et des techniques: ainsi, au XIXe siècle, des géographes allemands ont proposé que le méridien zéro passe par le Pic de Ténériffe aux Canaries. Ce sommet remarquable, longtemps considéré comme un des plus élevés du monde en raison du contraste spectaculaire qu'il offre avec l'océan qui l'entoure, présentait l'avantage d'être également considéré comme la limite extrême de l'Europe. Le méridien pouvait ainsi partager les deux mondes, l'ancien et le nouveau, et donner une dimension géographique et historique à l'exercice géométrique.

Illustration: modèle de structure cosmogonique, d'après Mircea Eliade.

Si ces croyances et ces convictions religieuses ont perdu beaucoup de leur force en Occident, elles gardent toute leur force dans d'autres civilisations où elles conditionnent la pratique et l'usage des versants (Erwin Bernbaum, 1997). Et même en Occident, elles ressurgissent tantôt de façon littérale, tantôt de façon métaphorique, dans de nombreux récits de voyage et d'ascension et dans certains discours préconisant la protection d'espaces naturels d'altitude,

notamment aux Etats-Unis. Par ailleurs, la toponymie et la littérature ont abondamment usé de ce type de métaphore religieuse ou ecclésiastique: la haute montagne est ainsi peuplée de "cathédrales", de "pinacles", de "clochers" et autres "temples de la nature".

Nature et sauvagerie

Cette altérité fondamentale de la montagne lui a également conféré, dans les civilisations fondées sur l'agriculture, la nôtre en particulier, l'image d'un monde sauvage. Les phénomènes naturels y apparaissent généralement plus hostiles, parfois dangereux, souvent moins propices à la vie sédentaire. Ce contraste peut se situer très bas sur les versants pour des sociétés qui ont développé des productions très contraintes par le relief et la qualité de sols: c'est le cas des sociétés rizicoles de l'Asie des Moussons et du Japon (Augustin Berque, 1980), quand elles n'ont pas façonné les versants en terrasses; il peut se situer beaucoup plus haut en altitude et sur les versants, quand les cultures dominantes supportent la pente et la fraîcheur, voire les recherchent. Mais même dans les sociétés de l'Afrique orientale et dans les Andes, il subsiste en contre-haut des lieux de la vie quotidienne des espaces de montagne considérés comme sauvages.

Cela explique que l'on puisse y trouver des animaux monstrueux dont l'imaginaire populaire a multiplié les figures à travers le monde: Yeti au Tibet, Big Foot dans les Rocheuses, d'autres encore au Caucase et dans les Andes.

Les figures du montagnard

L'inscription de la montagne dans des couples de contraires de cette nature (sacré-profane, sauvage - cultivé, etc.) a également eu des conséquences en matière de différenciation sociale. Certes, on a dit que la montagne désignait souvent pour les peuples vivant en altitude des lieux inhabités. Mais on a dit aussi que la montagne désignait dans de nombreuses acceptions populaires un objet relatif : des peuples qui ne se considèrent pas en montagne sont considérés comme montagnards par d'autres peuples ou groupes sociaux qui vivent ailleurs, plus bas sur la pente ou beaucoup plus loin encore. On dispose ainsi de très nombreux témoignages de personnes habitants dans les Alpes, témoignages recueillis au moment de la découverte touristique et des premiers brassages de population dans beaucoup de vallées peu accessibles, qui se disent surprises d'être considérées comme des montagnards par les visiteurs de passage. Le géographe allemand Hermann Kreutzmann a rendu compte d'une expérience comparable dans les hautes vallées du Pakistan: " Je me souviens de la visite dans la vallée de la Hunza (Pakistan) d'un chercheur qui fut amené à dire à la population locale qu'elle vivait en Kohistan. 'Koh' est un mot perse qui signifie montagne. Tous les gens interrogés firent objection : d'abord, ce terme n'était pas du tout utilisé localement, bien que le perse ait été utilisé comme langue juridique avant la colonisation britannique; Ensuite, Kohistan désignait pour eux une certaine région de l'Hindou-Kush et de l'Himalaya où vivent des hommes avec lesquels personne dans la vallée de la Hunza ne voulait être comparé" ¹.

Cette façon de se servir de l'environnement naturel pour distinguer et qualifier les groupes sociaux n'est pas seulement commode; elle permet aussi contribuer à mettre dans l'ordre et à structurer l'ensemble des représentations de l'espace et de la société d'un peuple. Ainsi, les Français qui aux XVI^e et XVII^e siècles colonisent les rives du Saint Laurent, laissent les hauteurs du nord, densément boisées, qui surplombent la vallée aux Amérindiens qu'ils nomment les Montagnais. Ces hauteurs d'ampleur modeste, désignées comme des montagnes,

¹ Témoignage reproduit sur le site <http://www-pole.grenet.fr/montagne>

permettent d'instaurer une bi-partition très cohérente de l'espace (vallées, montagnes), du paysage (cultivé-forestier) et des hommes (colons-Amérindiens). Un tel *distinguo* a existé, de façon tout aussi éphémère, autour des Appalaches et dans l'ouest américain, quand les groupes d'origine européenne hésitaient à pénétrer les massifs de montagne pour les coloniser. Mais, dans le cas des Rocheuses, les premiers Européens qui s'y sont aventurés ont reçu le nom de Mountain Men, terme qui renseignait autant sur leur nouveau lieu de vie, mais aussi leur mode de vie solitaire, aventureux et peu civilisé aux yeux de la société de la côte est. Au sein même des populations amérindiennes, il existe des différenciations selon le niveau du versant qu'elles privilégient (T. Bouysse-Cassagne, 1978).

L'association d'un groupe humain avec une forme naturelle qui finit par le caractériser depuis l'extérieur est donc une façon assez commune de penser la diversité sociale. Quand l'association devient assignation, comme dans le cas des Amérindiens, elle devient un mode de gestion sociale.

Causalités et déterminisme du sens commun

Bien que considéré comme étant moins radicalement différent, la figure du "montagnard" européen a également permis de construire ou d'illustrer des visions plus générales d'une société, de son déploiement dans l'espace et de son devenir. En effet l'identification d'un type "montagnard" est associée à l'idée qu'il existe des relations de dépendance entre ces hommes et leur environnement, et cette dépendance, dans la société occidentale, est le plus souvent conçue sur le mode de la causalité déterministe. Les guides touristiques et les magazines de voyage regorgent encore de ces allusions aux qualités que le montagnard est sensé avoir acquises au contact de son environnement, qualités physiques (souple, résistant, agile, sain, etc.) et qualités morales (besogneux, économe, dur à la tâche, etc.), généralement flatteuses, parfois méprisantes: il suffit de lire et de relire l'un de ces innombrables reportages sur les peuples de l'Himalaya, du Karakoram ou des Andes pour comprendre comment l'imaginaire de la montagne est mobilisé pour parler des peuples qu'on lui associe.

Ces qualifications ne sont pas anodines; elles nous renseignent souvent, en contrepartie, sur l'idée qu'une société se fait d'elle même et de sa propre destinée. Les populations montagnardes d'Europe ont souvent été considérées comme traditionnelles, ou bien archaïques. Dans des sociétés ou en des temps qui valorisent la tradition, elles deviennent dépositaires et garantes de valeurs collectives essentielles; ce fut longtemps le cas en Suisse et en Autriche par exemple. Dans des sociétés ou en des temps qui valorisent la modernité, elles deviennent l'expression même de l'archaïsme, du passéisme, des méfaits de l'isolement et de l'enclavement. Ces représentations comptent pour beaucoup dans la motivation des pratiques touristiques, notamment au XIXe siècle: le mythe du montagnard, simple mais sincère, popularisé par les auteurs pré-romantiques comme Jean-Jacques Rousseau, a conféré un attrait certain aux montagnes peuplées d'Europe. On en trouve aujourd'hui des variantes, à l'échelle d'un espace de pratiques dilaté et mondialisé: les Berbères du Maroc, les Tibétains ou les Ladakhis, les indiens de l'Altiplano bénéficient de ces images favorables, un peu passéistes, un peu romantiques.

Nous verrons plus loin les traductions de ces représentations en terme d'aménagement et de politiques publiques.

Enjeux sociaux et culturels des pratiques et représentations exogènes

La singularité réelle ou imaginée des populations dites montagnardes ne doit pas nous intéresser seulement pour les visions du monde, du temps et de l'espace, qu'elles nous donnent

à voir. Elle constitue un véritable enjeu social et culturel, parfois politique. Elle nous oblige notamment à réfléchir aux conditions et aux effets de la cohabitation de populations qui se considèrent comme différentes parce qu'inégalement montagnardes.

Dans de nombreuses régions, le différentiel entre populations est très fort, d'autant plus fort qu'il est souligné par des modes de vie et des activités économiques différentes, a fortiori quand il coïncide avec des contrastes linguistiques et religieux. Ce différentiel est encore très fort aujourd'hui dans de nombreuses régions du monde, en Asie du sud-est notamment. Il avait déjà frappé Paul Vidal de la Blache: "ni le chinois, ni l'ammanite, ni l'Hindou, ne propagent leurs établissements dans les montagnes, domaine malsain, hostile, de sociétés primitives. La montagne a joué surtout un rôle passif; elle s'est dépouillée au profit de la plaine; elle n'a pas participé aux transformations qu'entraîne le cours mobile d'une vitalité en éveil à ce perpétuel devenir qui affecte aussi l'occupation humaine" (P. Vidal de la Blache, 1921, p 184).

Ce différentiel a également été fort en Europe; certains peuples comme les Walser dans les Alpes ou les Valaques dans les Balkans, par le fait qu'ils ont adopté des modes de vie exclusivement pastoraux, ont pu constituer des exemples extrêmes de ces singularités montagnardes. Mais les effets conjugués de la diffusion de l'économie marchande, de l'intégration nationale et des politiques scolaires et linguistiques conduites par les Etats ont considérablement atténué ces singularités fondamentales.

Toutefois, l'atténuation des différences que l'on peut considérer comme fondamentales n'empêche pas la persistance de représentations populaires du montagnard. Ces représentations, exogènes et portées par des personnes qui se considèrent étrangères au monde de la montagne, ont tantôt été adoptées par les populations locales, généralement quand elles étaient valorisantes comme en Suisse, tantôt rejetées quand elles étaient méprisantes comme en France, en Italie ou en Espagne. Aujourd'hui, par un processus bien connu de réappropriation des signes de stigmatisation et parce que l'image de la montagne a tendu à devenir de plus en plus positive dans la plupart des pays occidentaux, les populations concernées revendiquent volontiers le statut de "montagnard"; le multiplication des associations et des manifestations culturelles en témoigne. On voit même poindre l'affichage de solidarités interrégionales et internationales à la faveur de manifestations particulièrement ambitieuses: depuis deux ans, la ville de saint Flour organise ainsi des "Rencontres des cultures de montagne" baptisées Hautes Terres; tous les deux ans, l'Association Nationale des Elus de Montagne (France) organise un Forum Mondial de la Montagne et des Montagnards (à Chambéry en 2000; à Quito en 2002) qui ambitionne de nouer des solidarités entre populations montagnardes du monde entier sans passer par l'entremise des Etats et des organisations internationales.

Lieu des alternatives et des utopies

En raison de la récurrence de cette double caractérisation, par les images de naturalité et de singularité sociale, la montagne apparaît, notamment dans les pays du nord, comme un lieu privilégié de mise en œuvre des projets qui se veulent alternatifs, voire utopiques. On dénombre un très grand nombre de communautés qui revendiquent un droit à la différence dans les montagnes d'Europe, dans le Colorado et surtout dans le nord-ouest des Etats-Unis, région qu'un journaliste américain a baptisée Ecotopia, pour rendre compte de la vigueur des engagements en faveur de l'écologie politique et des expériences de gestion environnementale innovantes. Dans le monde très particulier de la production cinématographique, une des

principales alternatives aux grandes compagnies hollywoodiennes a résidé dans l'organisation d'un festival alternatif, le Sundance festival, qui a fortement joué sur sa localisation pour marquer la différence et en faire un élément de plus-value.

2. La traduction de ces imaginaires dans les pratiques et dans les aménagements touristiques

Par la façon qu'elle a d'être pensée sur le mode de l'altérité, la montagne se voit attribuer un ensemble de qualités qui tantôt restent confinées dans l'ordre des représentations (peinture, littérature, etc.), tantôt s'expriment dans l'ordre des pratiques. Les pratiques touristiques sont celles auxquelles on pense le plus spontanément; mais elles ne sont pas les seules.

Les pratiques touristiques

Les statistiques touristiques nous ont habitué à voir dans la montagne une destination touristique majeure, la seconde en importance dans les pays occidentaux et dans le monde arabo-musulman, après le littoral, ou la première dans la plupart de pays de l'Asie des Moussons. Mais comme souvent, les statistiques touristiques dissimulent l'essentiel: ici l'extrême diversité des motivations qui suscitent ces pratiques.

Certaines, elles-mêmes très diverses, déclinent l'idée d'une altérité fondamentale de la montagne: ce sont les pèlerinages très populaires qui mettent sur les routes et sur les chemins des millions de Japonais et d'adeptes de l'hindouisme ou de bouddhisme; ce sont les pratiques contemplatives qui, depuis le XVIIIe siècle en Occident, mais plus longtemps encore en Chine ou au Japon, accordent une grande importance à la qualité des paysages, à leur pittoresque ou à leur valeur esthétique ou spirituelle; ce sont les pratiques hygiénistes et thérapeutiques qui reposent sur l'idée que l'air (climatisme ou climatérisme) ou l'eau (thermalisme) des montagnes recèle de vertus bénéfiques; ce sont les pratiques de découverte naturaliste ou ethnographique, adoptée en Occident au XVIIIe par une élite intellectuelle et dont on retrouve aujourd'hui la trace dans certaines façons de voyager, plus ou moins curieuses des sociétés locales et des environnements naturels, parfois source de folklorisation et de marchandisation des singularités culturelles.

Par contre, d'autres pratiques reposent davantage sur l'attrait de pratiques individuelles et collectives pour l'exercice desquelles la montagne n'est jamais qu'un cadre propice. Autrement dit l'altérité est celle des comportements plus que celle de l'environnement dans lequel ils prennent place. C'est le trait dominant qui ressort des études de motivations des adeptes du ski: le caractère ludique, voire sportif, de la pratique prime sur l'attrait du paysage ou, a fortiori, des cultures locales. Ce caractère se retrouve, bien que dans une moindre mesure, dans d'autres pratiques sportives comme le parapente, le canyoning ou la spéléologie. Beaucoup moins par contre dans l'alpinisme et la randonnée qui combinent en général les deux types de motivations. Pour la plupart des pratiques sportives, la montagne est donc plus un terrain de jeu un lieu ou un milieu de la différence; dans ces conditions, ces pratiques s'accommodent relativement bien des divers aménagements, équipements et processus d'artificialisation divers conçus pour faciliter ou optimiser ces pratiques.

Les facteurs de localisation des pratiques touristiques de montagne

La distribution des pratiques touristiques de montagne dans l'espace peut alors s'expliquer par quatre types de facteurs principaux:

- l'aptitude d'une société donnée à adopter ce genre de pratique: cette aptitude est pour partie culturelle puisqu'elle renvoie au sens que peut avoir une telle pratique, pour partie économique puisqu'elle requiert des moyens financiers qui sont très inégalement distribués. Compte tenu de ces deux paramètres, les deux principaux foyers sont les sociétés occidentales et celles de l'Asie du sud et d'extrême-orient.
- le différentiel des représentations et des ressources entre les foyers de résidence, généralement urbains, des touristes et les lieux de la pratique: pour les pratiques pour lesquelles la valeur de la montagne réside dans son altérité, les lieux privilégiés par les pratiques seront ceux qui apparaîtront les plus originaux, les plus pittoresques, les plus exotiques. Ce facteur contribue à l'attrait des déplacements de grande ampleur.
- l'accessibilité: compte tenu du temps disponible et des coûts de déplacement, la plupart des pratiques restent des pratiques de proximité ou de faible portée, même si le développement et la baisse des tarifs du transport aérien autorisent la dilatation des espaces concernés.
- la propension des sites à accueillir des visiteurs: cette propension concerne autant les infrastructures que les prestations et les dispositions de personnes qui sur place seront prêtes ou non à assumer ces prestations.

Les prototypes du tourisme montagnard et leur déclinaison

La combinaison de ces quatre types de facteurs permet d'expliquer la distribution dans l'espace et l'importance relative de la plupart des pôles touristiques. Les Alpes occupent une place prépondérante (environ 500 millions de touristes par an) parce qu'elles réunissent un très grand nombre de conditions favorables: elles sont très proches et accessibles de grands foyers de population urbaine et relativement fortunée; elles se situent au cœur d'une civilisation qui valorise depuis des siècles déjà le voyage, le paysage et la pratique sportive de loisir; elles présentent un très fort contraste paysager et environnemental avec les grandes plaines qui les entourent; plus de deux siècles après les premières incursions touristiques, elles disposent d'infrastructures et des compétences professionnelles nécessaires à l'exercice durable de la pratique. L'antériorité des Alpes dans l'éveil des motivations et le développement des pratiques touristiques a contribué à en faire le prototype de la montagne touristique: les qualités de quantité d'autres montagnes dans le monde ont été évalué à l'aune de ce prototype, au point d'être parfois qualifiées d'Alpes (scandinaves, néo-zélandaises, etc.) ou de Suisse. En Europe, ce sont d'abord et surtout les chaînes de montagnes qui présentaient de fortes similitudes avec les Alpes, les Pyrénées et dans une moindre mesure les Carpathes, qui ont fait l'objet de pratiques touristiques.

En Amérique du nord, les régions et paysages de montagne généralement considérés comme les plus remarquables se trouvent relativement éloignés des principaux foyers de population, en dehors de la Sierra Nevada pour les villes californiennes, de la chaîne des Cascades pour les villes du nord-ouest pacifique et des montagnes qui bordent l'Hudson au nord de New York. Les principales destinations touristiques, d'un point de vue quantitatif, se retrouvent plutôt dans les montagnes moins emblématiques des Appalaches: on y trouve le parc national le plus fréquenté du pays (le Shenandoah National Park) et quantité de stations populaires dans le Vermont, la Pennsylvanie et le New Hampshire. Pour la plupart des Américains, des Canadiens et, a fortiori, des visiteurs étrangers, les montagnes de l'ouest constituent des destinations plus exceptionnelles parce que coûteuses, à l'exception de la petite minorité de

personnes qui peuvent se permettre de fréquenter régulièrement les stations prestigieuses du Colorado (Aspen, Vail, Beaver Creek), de l'Utah et de Californie.

Les alternatives

L'attrait du modèle alpin a également joué dans le reste du monde, notamment dans la découverte touristique de l'Himalaya. Mais il n'a jamais été le seul et la diversification des modèles de référence à laquelle on assiste depuis quelques décennies contribue au déploiement des pratiques à l'échelle des montagnes du monde.

Les civilisations qui ont développé une curiosité esthétique ou spirituelle à l'égard de la montagne, indépendante du monde occidental, ont construit leurs propres codes dans l'appréhension et la pratique de la montagne. Dans les principales régions fréquentées en Chine et au Japon, on ne retrouve pas les caractères qui ont fait l'attrait des Alpes, du moins jusqu'à ce que l'on développe, au Japon notamment, des pratiques importées d'Europe comme le ski.

Ailleurs, la curiosité occidentale pour les régions de montagne a pris des formes très diversifiées. Le modèle de montagne helvétique qui constitua longtemps la seule norme touristique, a été complété par d'autres modèles qui ont permis le développement des pratiques dans les montagnes méditerranéennes, dans les moyennes montagnes d'Europe centrale et des Iles britanniques ou en Afrique du nord.

Les formes de l'aménagement touristique

Les formes de l'aménagement touristique présente un très grande diversité de formes et de fonctions. On ne les détaillera pas ici; par contre on notera que, conformément à la perspective générale de ce texte, l'aménagement ne se contente pas dans la plupart des cas de faciliter l'accès aux sites et le séjour sur place. Il vise souvent à mettre en adéquation un site de montagne avec l'imaginaire des touristes auxquels on s'adresse: loin de se contenter de protéger des espaces de nature, d'édicter et de faire respecter des règles de comportement, les parcs naturels de montagne et autres réserves procèdent à une certaine forme de mise en scène de la montagne elle-même: jardins ou itinéraires botaniques, aménagement de point de vue, création d'itinéraires de promenade et de randonnée; les architectes et urbanistes des stations de ski européennes ont été tenté par deux modèles concurrents (Jean-Paul Brusson, 1993) : la station moderne dont l'urbanisme est inspiré par le modèle fonctionnaliste (Rémi Knafo, 1978) qui optimise l'accès aux sites de pratique et l'utilisation de ces sites; la station village ou néo-traditionnelle qui manipule les signes de "montagnité" telle qu'elle est conçue en France, c'est à dire essentiellement des signes attribués à la tradition helvétique ou tyrolienne. On retrouve cette même ambivalence dans les stations des Etats-Unis et du Canada. La célébration de la tradition par le jeu des signes architecturaux a pu être poussée très loin dans le cas de certaine stations haut de gamme, au point de faire penser que dans les cas les plus extrêmes, l'aménagement touristique était en train de devenir la concrétisation d'une montagne imaginaire, combinaison de quelques stéréotypes généralement totalement étranger au milieu naturel et culturel de leur concrétisation.

Illustrations:

- quelques modèles de l'espace des stations de sports d'hiver, d'après Knafo 1989.
- Le modèle français de station intégrée, d'après Guérin et Gumuchian.

3. Les représentations dans la gestion des ressources et des espaces montagnards

Si importante qu'elles soient pour comprendre les imaginaires contemporains de la montagne et les formes d'activité économiques, l'activité touristique n'est pas la seule qui puisse être interprétée du point de vue des représentations construites de la montagne. On mentionnera ici quelques formes de gestion des ressources naturelles et leur valorisation économique.

Gestion et valorisation des ressources naturelles

Conçue, comme on l'a dit, en contrepoint des plaines agricoles et urbanisées environnantes, la montagne a souvent été gérée en Occident dans la perspective d'une recherche de complémentarités. Ces complémentarités sont souvent de nature fonctionnelle: les montagnes d'Europe et d'Amérique du nord constituent souvent des réserves d'herbages, de bois, d'eau et de matériaux de constructions ou transformables dans l'industrie. Ces réserves, très inégalement distribuées au demeurant, ont constitué autant de ressources souvent valorisées dans des systèmes de transfert et d'échanges entre des secteurs de montagne et leur environnement parfois proche. Ce phénomène est bien connu et a fait l'objet d'une littérature abondante. Mais, nous voudrions insister ici sur les représentations induites par cet état de fait.

Compte tenu de leurs ressources et des besoins identifiés à une échelle englobante, les régions de montagne se sont vues assigner des fonctions dans une organisation supra-régionale de l'activité économique et de l'organisation territoriale. Ainsi, dans de nombreuses régions d'Europe au XIX^e siècle, des lois forestières ont visé à améliorer la qualité des boisements d'altitude pour mieux gérer la ressource hydrique, limiter les effets dévastateurs des inondations et permettre une mise en valeur plus intensive des fonds de vallée intra-montagnards et des piémonts, plus aptes à intégrer l'économie marchande que les régions de montagne elle-même (Françoise Gerbaux, 1994). Ces régions de montagne se sont vues attribuer l'image de conservatoires naturels au détriment des processus de développement endogène ou exogène auxquelles elles auraient pu prétendre.

Une représentation similaire a vu le jour dans la région himalayenne au cours des dernières décennies: plusieurs médias et le gouvernement du Bangla-Desh ont accusé les paysanneries himalayennes de déstabiliser les écosystèmes de versants en intensifiant leur mise en valeur agricole et de provoquer les dramatiques inondations du delta du Gange. L'argumentaire a été vigoureusement combattu par certains scientifiques (Jack Ives and Bruno Messerli, 1989); toutefois il contribue sans doute à l'intérêt particulier que les organisations internationales comme la FAO portent à la mise en œuvre de politique de développement durable dans les régions de montagne (voir chapitre 1): les populations ont droit au développement à condition que celui-ci se ne fasse pas au détriment des équilibres écologiques ni au détriment de populations situées en contrebas.

Dans les régions relativement sèches d'Amérique Latine, les problèmes se posent de façon similaire: les chaînes intérieures constituent des réserves d'eau, et parfois de bois et de minerais, qui s'avèrent de plus en plus vitales aux villes et aux industries littorales ou des vallées et plateaux intérieurs. Il en résulte de tensions sociales et politiques d'autant plus vives qu'elles mettent en présence des populations qui ont l'habitude de se considérer comme différentes: les révoltes indiennes du Chiapas ou d'Equateur peuvent pour partie être interprétées en ces termes.

Productions traditionnelles et stratégies commerciales

Dans le domaine particulier des productions agricoles, les représentations de la montagne dans les pays du nord jouent un rôle sensiblement différent. La modernisation des techniques de production amorcée au moment de la révolution agricole, amplifiée tout au long du XXe siècle, ont contribué à la marginalisation des régions de montagne : l'intensification de la production, handicapée par les caractéristiques topographiques et climatiques, a été plus modestes quand dans des régions plus propices et les rendements agricoles sont généralement restés modestes. Les règles de la concurrence, quand elles n'étaient pas atténuées par des politiques publiques de soutien des cours ou d'aide à la production, ont pénalisé l'agriculture de montagne qui a connu un rapide déclin, notamment en France et dans les pays méditerranéens.

Les productions qui sont parvenues à se maintenir sont celles qui pouvaient faire de leurs terroirs et des techniques de production relativement traditionnelles un plus-value commerciale. Les exploitants, souvent spécialisés dans la transformation des produits de l'élevage (fromages, charcuterie, etc.), ont souvent tiré profit de l'image de ces produits (naturels, traditionnels) et de leur environnement de production pour pouvoir pratiquer des prix plus importants que la moyenne des marchés. Certains pays comme la France ont réglementé ce genre de marchés parallèles en institutionnalisant les appellations d'origine contrôlée. De nombreuses régions de montagne, notamment dans le Massif central, les Alpes du nord, le Jura ont ainsi bénéficié de la reconnaissance de ces AOC et de circuits de commercialisation relativement avantageux (Daniel Ricard, 1995; Bazin, 1999). La forte fréquentation touristique de certaines de ces mêmes régions, les Alpes du nord, ont encore facilité la mise en place de circuits courts de commercialisation qui exploitent l'intérêt de la clientèle pour les productions régionales: vins et fromages de Savoie ont été les grands bénéficiaires de cette complémentarité des activités économiques et de l'imaginaire touristique.

Imaginaires contraires de l'équipement et de l'aménagement

Enfin, dans le domaine des équipements majeurs, de transport, industriels et énergétiques, les représentations dominantes de la montagne en Occident ont joué de deux façons contradictoires (Jean-Paul Bozonnet, 1992). D'un côté, les régions et les milieux de montagne sont souvent apparus, notamment aux belles heures de la révolution industrielle et de la modernisation du milieu du XXe siècle, comme les théâtres privilégiés des ambitions prométhéennes de la transformation de la nature. Les chantiers ferroviaires et hydroélectriques ainsi que, quoique dans une moindre mesure, certains aménagements de stations touristiques de la France du milieu du siècle, ont été portés par l'enthousiasme des apôtres de la modernité. Cette sensibilité a été particulièrement marquée sous les régimes communistes. En introduction d'un ouvrage caractéristique de cette sensibilité, Maxime Gorki a écrit quelques morceaux de bravoure de cette veine: le livre qu'il introduit "raconte comment l'énergie des êtres humains est tournée dans une lutte pour maîtriser les montagnes et les subordonner à la volonté de l'homme; comment l'énergie collective est systématiquement canalisée dans la domestication des forces naturelles pour le bien de l'humanité toute entière" (J.B. Lippincott, 1935, p 3)

A l'inverse, une autre sensibilité, marginale dans un premier temps, peut-être dominante aujourd'hui, a dénoncé cette conception radicale et agressive de l'équipement de la montagne. Des artistes du XIXe siècle, comme Thomas Cole aux Etats-Unis (Barbara Novak, 1991) ou John Ruskin en Angleterre, relayés par les mouvements écologistes d'aujourd'hui, ont plutôt défendu l'idée d'une inscription douce de la présence humaine dans l'environnement montagnard, au nom de son intégrité, de sa valeur esthétique et, pour certains, spirituelle, et des équilibres naturels. Cette sensibilité, conjuguée avec des objectifs de promotion touristique et d'exaltation nationaliste, a conduit dès le XIXe siècle à la création de quelques parcs nationaux autour de sites naturels remarquables (notamment le Yosemite et le Yellowstone aux Etats Unis). Aujourd'hui elle s'exprime davantage dans des projets de protection aux objectifs de conservation écologique, ou dans des projets de développement contrôlé. Cette attention n'est certes pas limitée aux régions de montagne; mais c'est là que les principaux efforts ont été portés, conformément aux représentations héritées du XVIIIe siècle par lesquelles elles sont appréhendées: on a pu calculer, statistiques de l'Union Internationale pour la Conservation de la Nature (UICN) qu'elles constituaient aujourd'hui la majorité des aires protégées à travers le monde, y compris en Afrique (Alexandre Mignotte, 2000).

Illustration: couverture de la revue « Les Alpes économiques », décembre 1931. La page de couverture de cette revue combine de façon astucieuse des emblèmes de la modernité industrielle (lac de barrage, ligne électrique) et de la tradition rurale (le rang de vigne) pour promouvoir une vision de l'aménagement de la montagne soucieuse de combiner harmonieusement deux modèles de développement économique.

Géographie politique, imaginaires nationaux et politiques publiques en montagne

Même si elle n'était pas toujours explicite dans les pages qui précèdent, la dimension politique de ces représentations collectives, surtout quand elle se concrétise dans l'aménagement et la gestion des régions de montagnes, est importante.

Elle s'est abondamment exprimée et s'exprime encore, ici et là (en Europe centrale et orientale notamment) dans la rhétorique nationaliste (Simon Schama, 1999): des pays comme la Suisse, l'Autriche (après le démembrement de l'Empire en 1919-1920), la Slovénie (depuis l'indépendance de 1991), la Pologne ou encore l'Italie, mais aussi dans d'autres contextes aux Etats-Unis, au Népal ou au Japon (Augustin Berque, 1980). Dans ce registre, l'évocation de la montagne est une façon de souligner leur importance dans la caractérisation du territoire national (Suisse, Slovénie) ou leur position dans l'inscription continentale de la nation (Pologne, Italie), une façon aussi de tirer profit de quelques stéréotypes favorables aux populations de montagne, notamment leur détermination et leur fort attachement à l'autonomie politique, une façon parfois de donner une image à des mythes de fondation et de constitution de la nation (Suisse, Etats-Unis). L'exemple andin souligne à merveille combien le statut de la montagne dans les constructions politiques peut être variable selon les histoires et les organisations nationales (Olivier Dollfus, 1989). On trouve aujourd'hui encore de nombreuses variations de cette rhétorique dans les discours régionalistes: la ligue du Nord en Italie joue beaucoup sur l'idée que la "Padanie" dont elle revendique l'indépendance est une région naturelle, inscrite dans un environnement de montagne qui en souligne spontanément la pertinence. Inversement l'invocation de la montagne dans la rhétorique nationaliste et, a fortiori, son individualisation dans des politiques d'aménagement du territoire, peut être soigneusement évitée quand elle menace l'idée que certains se font de l'intégrité nationale: au Maroc (Nourredine Naciri, 2000; Said Boujrouf, 2001), elle suppose la reconnaissance pleine et entière de l'individualité berbère dont, au moins jusqu'à l'avènement de Mohammed VI,

l'Etat marocain se méfie. D'autres Etats, comme le Laos sont plus ambigus en la matière (Catherine Aubertin, 2001b)

Elle s'est aussi exprimée, plus concrètement encore, dans les politiques d'aménagement et de gestion des ressources. Les enjeux économiques liés à l'accès aux ressources (hydriques, minières, forestières, sans parler des considérations militaires et stratégiques) ont conduit de très nombreux gouvernements à concevoir des stratégies d'intégration, voire d'incorporation, de régions de montagne et de leurs populations à un territoire unifié et contrôlé. On l'a vu pour les ressources en eau en Amérique latine. Dans des pays où les principes d'équité ou de compensation ont joué un rôle dans les politiques d'aménagement du territoire, les régions de montagne ont souvent bénéficié d'une attention particulière pour éviter leur dépopulation et leur marginalisation économique. La Suisse est assurément un modèle dans ce domaine. Mais un pays comme la France, beaucoup moins soucieux d'incorporer les montagnes à la rhétorique nationaliste en dehors peut-être du Massif central (Olivier Pujol, 1995), a aussi conçu, à partir des années 1970 et surtout à la faveur de la loi sur le développement et la protection de la montagne (1985) une politique ciblée de compensation des handicaps et d'encouragement à l'autodéveloppement (Françoise Gerbaux, 1994; Céline Broggio, 1997). D'objet de représentations collectives, la montagne est alors devenue objet politique, au moins pour les pays où cette entité géographique apparaissait légitime et pertinente. On remarquera aussi que cette légitimité et cette pertinence ne sont pas acquises au niveau de l'Union européenne: jusqu'à présent, la commission a toujours refusé d'individualiser les régions de montagne au sein de ses politiques agricole et régionale. Les initiatives dans ce domaine ont toujours été laissées aux Etats-membres ou limitées à quelques objets singuliers: l'Union est ainsi signataire de la Convention Alpine, cadre international au sein duquel devrait être désormais régulés le développement et la protection des Alpes, ce qui témoigne de la reconnaissance internationale de cet objet géographique situé au cœur de l'espace européen (Crivelli et Raffestin, 1992). Toutefois, les choses pourraient être en train de changer à la faveur de la constitution de lobbys internationaux et de la redéfinition de la politique régionale à l'horizon 2006, date prévue pour l'élargissement à l'est de l'Union.

Bibliographie

- AUBERTIN (C.), 2001a, "La montagne, un produit du développement durable", in B. Debarbieux et F. Gillet (dir.), "La montagne: un objet de recherches ?", *Revue de Géographie Alpine*, Grenoble, n°2, pp 51-58.
- AUBERTIN (C.), 2001b, "Du bas et du haut: institutionnalisation des problèmes de la montagne en République Démocratique Populaire Lao", in B. Debarbieux et F. Gillet (dir.), "La montagne: un objet de recherches ?", *Revue de Géographie Alpine*, Grenoble, n°2, annexes.
- BAZIN (G.), 1999, *La politique montagne en France : rapport d'évaluation*, Paris, La Documentation Française
- BERNBAUM (E.), *Sacred Mountains of the World*, University of California Press, Berkeley, U.S.A., 1997.
- BERQUE (A.), 1980, « La montagne et l'oecumène au Japon », *L'Espace Géographique*, 2, pp 151-162.
- BLANC VIAL (C.) , Ski et sports d'hiver aux USA, thèse de doctorat, Université d'Aix-Marseille, reproduit dans B. Debarbieux, 1981, p 38.
- BOZONNET (J.P.), 1992, *Des monts et des mythes, l'imaginaire social de la montagne*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

- BOUGHALI (M.), 1974, *La représentation de l'espace chez le Marocain illettré*, Afrique Orient
- BOUJROUF (S.), 2001, "les représentations politiques de la montagne au Maroc", in Bernard Debarbieux et F. Gillet (dir.), "La montagne: un objet de recherches ?", *Revue de Géographie Alpine*, Grenoble, n°2, pp 141-145
- BOUYASSE-CASSAGNE (T.), 1978, "L'organisation de l'espace Aymara: urco et uma", *Annales ESC*, n°5-6, pp 1957-1080.
- BROGGIO (C.), 1997, "Montagne et développement territorial: de l'autodéveloppement au développement durable", *L'information géographique*, 61, pp 160-174
- BRUSSON (J.P.), 1993, *Architecture et qualité des lieux en montagne*, Grenoble, Revue de Géographie Alpine, collection "ascendances".
- CHADEFAUD (M.), 1988, *Aux origines du tourisme dans les pays de l'Adour: du mythe à l'espace*, Pau.
- CRIVELLI (R.) et RAFFESTIN (C.), 1992, « Blanche-Neige et les sept nains », *Revue de Géographie Alpine*.
- DEBARBIEUX (B.), *Tourisme et montagne*, 1995, Paris, Economica
- DEBARBIEUX (B.) et MAROIS (C.), 1997, "Le Mont Royal : forme naturelle, paysage et territorialités urbaines", *Cahiers de Géographie du Québec*, vol 41, pp. 171-197.
- DOLLFUS (O.), 1989, « Réalités et perceptions comparées des Andes au Pérou et en Colombie », *Revue de Géographie Alpine*, tome 76, 1989 n°1-2-3, p. 171-186.
- ELIADE (M.), *Le sacré et la profane*, Paris: Gallimard, 1965, traduction de l'original en allemand de 1957
- GERBAUX (F.), 1994, *La montagne en politique*, Paris, L'Harmattan
- GUERIN (J.P.), 1984, *L'aménagement de la montagne en France*, Gap, Ophrys
- GUMUCHIAN (H.), 1983, *La neige dans les Alpes françaises du nord*, Grenoble, Cahiers de l'Alpe
- IVES (J.D.), MESSERLI (B.), 1989, *The Himalayan Dilemma*, London : Routledge.
- KNAFOU (R.), 1978, *Les stations intégrées de sports d'hiver*, Paris, Masson.
- LUGINBHUL Y., 1992, « La montagne : un paysage de liberté pour le vignoble de Bourgogne », *L'Espace Géographique*, 1, 13-22.
- MESSERLI (B.) et IVES (J.D.), 1997, *Mountains of the world: a global priority*, Parthenon, London. Traduction française: *Les montagnes du monde*, 1999, Grenoble, Glénat.
- MIGNOTTE (A.), 2000, "Les espaces protégés de montagne", in Bernard Debarbieux et al., *Les pays du monde et leurs montagnes*, Grenoble, Editions de la Revue de Géographie Alpine. pp 153-159.
- NACIRI (N.), 1999. "Territoire: contrôler ou développer, le dilemme du pouvoir depuis un siècle", Paris, *Monde arabe Maghreb-Machrek*, 164: 9-35
- NOVAK (B.), 1991, "De l'iconographie de la montagne américaine", in Actes du 116 congrès bdes sociétés savantes, *La montagne et ses images*, Paris, CTHS, pp 355-382.
- PERRET (J.), 1994, *Le développement touristique local : les stations de sports d'hiver en France*, Grenoble, Cemagref.
- PIOLLE (X.) et al., 1992, *Pratique de la montagne et société urbaine*, Grenoble, Dossiers de la RGA n°7.
- POUJOL (O.), 1995, "L'invention du Massif central", *Revue de Géographie Alpine*, n°3, pp 49-62
- RAISON (J.P.), 1977, "Perception et réalisation de l'espace dans la société Mérina", *Annales ESC*, n°3, pp 412-432
- RICARD D., 1994, *Les montagnes fromagères de France*, Université Blaise Pascal, CERAMAC, Clermont-Ferrand
- SACAREAU (I.), 1997, *Porteurs de l'Himalaya*, Paris, Belin
- SAMIVEL, 1962, *Hommes, cimes et dieux*, Paris, Arthaud.

- SARMIENTO (F.), 2001, "Les enjeux de la recherche sur les montagnes en matière de terminologie et de connaissances", in B. Debarbieux et F. Gillet (dir.), "La montagne: un objet de recherches ?", *Revue de Géographie Alpine*, Grenoble, n°2, pp 73-77.
- SCHAMA (S.), 1999, *Le paysage et la mémoire*, Paris, Seuil, traduction de l'original paru en 1995.
- SCHRADER (F.), 1898, "A quoi tient la beauté des montagnes ?", *Revue du CAF*
- SEARS John, 1989, *Sacred places: America tourist attractions in the nineteenth century*, Oxford, Oxford University Press
- SEGAUD (M.) et PAUL-LEVY (F.), 1983, *Anthropologie de l'espace*, Paris, CCI
- SMADJA (J.), 2002 (à paraître), *Histoire et devenir de paysages en Himalaya*, Paris, Editions du CNRS.
- STONE (P.B.), 1992, *The State of the World's Mountains: a global report*, Zed Books Ltd, London, 391p
- VIDAL DE LA BLACHE (P.), *Principes de Géographie Humaine*, 1921, p 184, réédition de 1995, Paris, Utz.