

Université de Paris-Sorbonne (Paris IV), UFR de géographie et aménagement

Istanbul, entre ville « ottomane » et « ville monde »

La politique culturelle de la municipalité du Grand Istanbul confrontée aux ambitions municipales d'internationalité



Mémoire présenté par Ulrike LEPONT dans le cadre du Master GAELE, spécialité Mondialisation et dynamiques spatiales dans les pays du Sud, sous la direction de Brigitte Dumortier

Université de Paris-Sorbonne (Paris IV), UFR de géographie et aménagement

Istanbul, entre ville « ottomane » et « ville monde »

**La politique culturelle de la municipalité du Grand Istanbul
confrontée aux ambitions municipales d'internationalité**

Mémoire présenté par Ulrike LEPONT dans le cadre du Master GAELE,
spécialité Mondialisation et dynamiques spatiales dans les pays du Sud, sous la
direction de Brigitte Dumortier

Sommaire

Introduction

Première partie :

L'action de la municipalité du Grand Istanbul dans le champ culturel : peut-on parler d'une « politique culturelle » ?

I.1. Aspects de la scène culturelle stambouliote

I.2. Éléments de caractérisation de l'offre culturelle municipale

I.3. Entre hétérogénéité et cohérence : pourquoi parler de « politique culturelle municipale » ?

Deuxième partie :

La politique culturelle municipale, la construction d'une identité et d'un imaginaire ottomans pour la ville

II.1. Un contexte marqué par un enjeu identitaire et politique

II.2. Placer le passé ottoman au cœur des représentations de la ville

II.3. Recréer des « traditions », diffuser des mythes

Troisième partie :

Entre conception restreinte de la culture et ouverture au monde globalisé

III.1. La résolution postmoderne de l'antagonisme entre tradition et modernité

III. 2. Mise en marque et mise en tourisme : les outils promotionnels en adéquation avec une conception figée de la culture

Conclusion

Bibliographie

Table des figures

Table des planches

Table des matières

Table de prononciation

Depuis le 1er novembre 1928, date à laquelle la romanisation (baptisée « Révolution des signes ») décidée par Mustafa Kemal est devenue officielle, c'est l'alphabet latin qui est utilisé en Turquie pour écrire le turc. Cet alphabet est enrichi de diacritiques (la cédille, l'accent circonflexe et la brève) ainsi que d'une lettre typographiquement étonnante, le i sans point, ı, ce qui implique également à l'inverse un i majuscule avec point, İ.

L'alphabet turc est quasiment phonétique, ce qui signifie que l'on peut presque toujours le prononcer simplement en le lisant. Nous indiquons ici les lettres qui n'existent pas en français et les prononciations qui diffèrent :

c : [d]
ç : [tʃ]
ğ : [:], [j]
ı : []
ö : [œ]
ş : [ʃ]
u : [u]
ü : [y]

Introduction

Problématique

Istanbul sera « Capitale européenne de la culture » en 2010. La ville le sait depuis avril 2006 et, en cette année 2007, elle commence à se préparer à cette échéance. Au-delà de la portée symbolique de cette nomination sur le plan politique, l'événement est l'occasion d'une médiatisation et d'une publicité de la ville à l'échelle internationale. Cet aspect de l'événement a, pour les édiles, une importance capitale. Etre « Capitale européenne de la culture » fait partie des « grands événements internationaux » qui, en s'accumulant, donnent à la ville un statut « international ». Or, cet accès à l'internationalité et à la reconnaissance internationale fait l'objet, depuis l'ouverture du pays au libéralisme économique, de toutes les attentions des dirigeants d'Istanbul. Il s'agit de faire d'Istanbul une « ville monde », une « ville internationale », une « métropole mondiale » [PEROUSE, 2007, page 1].

Cet événement doit-il nous faire penser que la municipalité du Grand Istanbul investit la culture pour en faire un outil de promotion à l'international ? Correspond-il à une volonté politique et en particulier à une volonté politique municipale ? Cette question part d'un questionnement plus global : comment la culture est pour une ville un des éléments qui doit faire l'objet d'une mise aux normes internationales pour espérer obtenir le titre de « métropole mondiale », et, par conséquent, comment une métropole d'un pays émergent utilise la culture pour se positionner dans la mondialisation.

En réalité, nos attentes à ce sujet sont déçues : la municipalité du Grand Istanbul n'a jamais eu l'initiative dans le projet « Capitale européenne de la Culture ». Le projet a été monté par des acteurs privés réunis en association, sans lien avec des acteurs publics municipaux ou nationaux. Il en va de même de tous les événements culturels de prestige qui accèdent à une certaine visibilité à l'international : festivals internationaux, biennale, ouverture de plusieurs grands musées dont un musée d'art moderne et contemporain.

Au contraire, les activités ou manifestations culturelles organisées par la municipalité du Grand Istanbul s'adressent toutes à un public local et visent une médiatisation qui ne dépasse pas l'échelle nationale. D'autre part, le contenu de la programmation est très éloigné des standards artistiques et culturels internationaux dominés par l'art contemporain ou de

grands noms de metteurs en scène, chefs d'orchestre, directeurs de musées, à la tête d'institutions culturelles de rayonnement mondial. La programmation s'en réfère au contraire à une vision patrimoniale et souvent folkloriste de la culture. La culture est conçue dans son sens ethnico-identitaire : les manifestations qualifiées de « culturelles » se doivent d'être l'expression et la manifestation de l'identité turque. Cette conception s'inscrit dans la continuité d'une politique culturelle menée par la République naissante et rattachée au processus de construction nationale : la culture est un instrument au service de la construction de l'identité nationale turque. Elle sert donc un projet politique.

Si la conception de la culture reste la même, il nous semble cependant que la politique culturelle menée par la municipalité du Grand Istanbul diffère par deux aspects de la politique kémaliste. Tout d'abord, la municipalité du Grand Istanbul fait preuve d'un intérêt pour une construction identitaire locale et non simplement nationale. Si l'identité turque reste l'horizon indépassable et toujours réactivé, la municipalité semble signifier et encourager l'existence d'un second niveau d'appartenance, l'appartenance à sa ville. Il s'agit de mettre en avant une identité spécifiquement stambouliote qui, tout en restant turque, ne soit pas noyée dans l'identité nationale. Cette ambition nous semble motivée par deux motifs essentiels. *Primo*, comme la plupart des villes qui ont connu une explosion démographique de cette ampleur et qui ont par ailleurs une histoire millénaire, Istanbul se sent menacée par le délitement, la perte de cohésion et de sentiment d'appartenance entre ses habitants. *Deuxio*, comme la plupart des métropoles mondiales, la municipalité du Grand Istanbul aimerait donner de l'autonomie à la ville et à sa région, se défaire un peu de la tutelle nationale¹. Dans cette entreprise, la perception que les habitants ont de leur ville et la cohésion dont ils font preuve sont très importantes. A la fierté d'être turc doit donc s'ajouter la fierté d'être Stambouliote.

D'autre part, la politique culturelle de la municipalité du Grand Istanbul se distingue à notre avis par la très large place qu'elle accorde au passé ottoman de la ville - mais aussi par extension de la nation - alors que celui-ci avait été pendant des décennies volontairement négligé, la République kémaliste l'ayant exclu de l'Histoire nationale turque. La réactivation de cette référence s'inscrit dans un mouvement global de réhabilitation et de relégitimation de cette période historique depuis les années quatre-vingt. Elle n'en est cependant pas moins dénuée de signification politique. En effet, cette réhabilitation, qui commença après le putsch de 1981, est liée à un moment de retour des références religieuses dans le discours politique

¹ La « distorsion entre poids économique-démographique et 'dépendance' politique est à l'origine de revendications pressantes (...) en faveur d'un mode gestion territorial plus décentralisé. » [PEROUSE, 2007, page 1].

concernant l'identité nationale turque. Mais la référence à l'Empire ottoman n'a jamais été autant utilisée que par le parti de l'islam politique qui commence à avoir une visibilité politique au début des années quatre-vingt-dix. L'utilisation de la référence à l'Empire ottoman est alors étroitement liée à la question religieuse, et par conséquent, puisque c'est là un des enjeux essentiels du débat politique en Turquie, à la question de la laïcité. Le parti de l'islam politique, aujourd'hui l'AKP², majoritaire en Turquie, est à la tête de la municipalité du Grand Istanbul depuis 1994.

De ces remarques préliminaires se dégagent deux axes de questionnement principaux :

- Comment la municipalité tente, à travers la politique culturelle, de diffuser une identité ottomane porteuse de valeurs à la ville, et d'influer, d'infléchir, de modifier les représentations que les habitants ont de leur ville et, plus largement, de leur pays et de l'identité turque.

- Comment une conception restreinte et figée de la culture associée à des valeurs conservatrices s'articule avec la volonté de faire d'Istanbul une « ville internationale » tournée et ouverte vers l'extérieur. Nous chercherons ici notamment à confronter la politique culturelle de la municipalité avec la politique d'image à destination de l'étranger. Il s'agira, non d'en rester au constat d'une contradiction entre deux discours, mais de chercher à comprendre quels outils et quelles stratégies, à la fois intellectuelles et techniques, sont mis en oeuvre pour les articuler.

Le premier questionnement s'intéresse aux représentations et aux perceptions de l'espace ainsi qu'aux rapports entre espace et pouvoir politique. Le second questionnement renvoie à l'étude du phénomène de la mondialisation, aux réactions des différents acteurs face à elle et aux formes standardisées qu'elle prend dans l'aménagement urbain.

² Nous nous focalisons sur la période 1994-2001 car on peut considérer qu'il y a une certaine continuité politique à Istanbul durant cette période, au moins du point de vue des acteurs. En mars 1994 le *Refah Partisi* gagne les élections municipales à Istanbul avec pour slogan "la reconquête d'Istanbul" (référence à la conquête de Constantinople par les Ottomans); en 1999, le parti de l'islam politique gagne à nouveau les élections mais sous un nouveau nom, le *Fazilet Partisi*. En 2002, il prend le nom de AKP. Malgré ces différents changements de noms, les hommes politiques changent peu. En revanche, la ligne idéologique du parti s'infléchit, abandonnant tout à fait l'idée d'un Etat islamique. Erdoğan, qui prend la direction de l'AKP au moment de sa création présente son parti comme un parti « conservateur modéré ».

Dans un premier temps, nous nous interrogerons sur la pertinence de l'emploi de la notion de politique culturelle municipale dans le contexte stambouliote. Suivant le propre parcours du chercheur, nous partirons de la réaction spontanée d'un grand nombre de personnes rencontrées s'exclamant : « Mais vous travaillez sur quelque chose qui n'existe pas ! » avant de décrire la réalité observée et de justifier, à titre de bilan, de l'utilisation retenue de l'expression « politique culturelle » tout en insistant sur l'écart entre cette conception et celle qui a cours en France. Nous rechercherons la cohérence de la politique municipale en ce domaine (*policies*) dans la conception même de la culture, conception qui induit forcément un usage politique (*politic*).

Dans un deuxième temps, nous essaierons de montrer que le projet de la politique culturelle municipale est de forger et de diffuser dans l'espace physique et mental une identité ottomane en rupture avec l'action des municipalités précédentes et avec la symbolique républicaine traditionnelle. Pour donner de la force à notre propos, nous nous pencherons particulièrement sur les actions culturelles municipales qui ont un rapport direct avec l'espace de la ville et à travers lesquelles la municipalité peut induire directement des représentations de la ville.

Dans un troisième temps, nous essaierons de voir comment cette conception restreinte de la culture est articulée avec l'entreprise sans cesse réaffirmée d'élever Istanbul au rang de « ville-monde » ouverte sur la mondialisation. Cette partie sera l'occasion d'une réflexion sur une certaine manière d'envisager les rapports entre modernité et tradition et sur l'utilisation du « marketing urbain » et de la mise en tourisme.

Terminologie

Remarquons tout d'abord que nous n'employons pas l'expression de « municipalité d'Istanbul » mais de « municipalité du Grand Istanbul ». Il existe en effet à Istanbul plusieurs niveaux de pouvoir municipal³, ce qui nécessite d'être précis dans les termes employés. A l'échelle la plus grande, se trouvent les municipalités d'arrondissement. Créées par la loi de janvier 1984, leur nombre n'a cessé d'augmenter et elles sont aujourd'hui trente-six. Dans une ville de plus de douze millions d'habitants, l'importance numérique, mais aussi institutionnelle et politique, de ces arrondissements n'a bien sûr rien à voir avec celles des arrondissements parisiens par exemple. La plus grande des municipalités d'arrondissement compte en effet jusqu'à près de deux millions d'habitants. Celles-ci ont des compétences dans le domaine de l'éducation, de la santé, de la police locale et pour l'octroi de permis de construction' » [PEROUSE, 2004, page 3] ; toutes les municipalités d'arrondissement se targuent aussi d'une politique culturelle. Leur contenu et la manière dont elles sont pensées varient énormément en fonction de la couleur politique de la municipalité bien sûr mais surtout de sa composition sociale.

A une échelle plus petite, se trouve la municipalité centrale, créée elle aussi par la loi de 1984, qui surplombe l'ensemble de l'agglomération stambouliote composées des trente-six municipalités d'arrondissement. Elle est dirigée par un maire métropolitain élu au suffrage universel direct pour cinq ans et par un conseil municipal métropolitain, formé à partir des conseils municipaux d'arrondissement [*ibidem*]. C'est elle qui se nomme Istanbul Büyükşehir Belediyesi (IBB, municipalité du Grand Istanbul) et c'est sur elle que nous concentrons notre étude. Nous avons fait ce choix pour garder un regard global sur la ville et pour des raisons de faisabilité – nous avons pensé un moment adjoindre à l'étude de la municipalité du Grand Istanbul l'étude d'une ou deux municipalités d'arrondissement mais y avons renoncé face à l'étendue de la tâche. Cela n'exclut cependant pas que nous incluions ponctuellement des références à des actions menées par des municipalités d'arrondissement centrales ou périphériques⁴, ce qui permettra en outre des changements d'échelle dans l'analyse. Dans ce

³ Il existe, sous le terme de « Istanbul » un troisième niveau de pouvoir : Istanbul est en effet aussi un département turc. On a donc affaire à un emboîtement d'une grande complexité qui peut amener à des confusions. Cette complexité s'explique par la forme même qu'a pris Istanbul dont Jean-François Pérouse dit qu'elle « n'est plus une ville » mais une « nébuleuse urbaine », une « entité insaisissable et ingérable » [PEROUSE, 1998 et 2004].

⁴ Voir la note n°68, page 70.

cas, nous indiquerons toujours de quelle municipalité il s'agit et quelles sont ses principales caractéristiques dans le contexte qui nous intéresse.

Concernant l'expression de « politique culturelle », son usage est avant tout l'apanage de la science politique qui l'intègre au sein de la discipline des « politiques publiques ». Si cette dernière est relativement récente au sein de la science politique, l'étude des « politiques culturelles » l'est encore plus. Son institutionnalisation remonte au début des années quatre-vingt⁵. Cette date tardive s'explique avant tout par le caractère récent de ce qui est défini en tant que telle comme « politique culturelle ». En Europe, on utilise très peu cette locution avant les années soixante. Elle se distingue à cet égard de la police ou de l'assistance aux déshérités par exemple, domaines dans lesquels on peut observer une grande continuité à la fois historique et spatiale. A cette époque, les politiques culturelles ne concernent alors que les acteurs étatiques ou les très grandes municipalités et ce n'est qu'à partir des années quatre-vingt que les collectivités locales plus modestes s'en emparent et les développent. [DUBOIS, page 10]. Comme déclinaison particulière des politiques publiques, l'étude des politiques culturelles reprend en très grande partie la démarche, les objectifs et la méthode de la discipline des politiques publiques. Il s'agit en premier lieu, dans une perspective assez largement socio-historique, de comprendre la genèse d'une politique culturelle - pourquoi elle émerge à ce moment-là et dans ce contexte précis - puis les ressorts de son institutionnalisation progressive et rarement linéaire. Il s'agit d'autre part, dans une perspective proche de celle de la sociologie des organisations, de déconstruire les institutions et de dégager les champs de force et les acteurs qui s'y affrontent. Nous ajouterons que l'étude des politiques publiques, et à plus forte raison encore, l'étude des politiques culturelles, se limite dans leur immense majorité à l'étude des pays occidentaux « développés ».

A ma connaissance aucune étude de politique publique n'a été faite pour accréditer en toute rigueur l'emploi à Istanbul de l'expression « politique culturelle municipale ». Ce ne sera pourtant pas l'objet de notre recherche et nous devons faire avec cette lacune. En effet, en tant que géographe, notre démarche sera très différente : si nous nous posons la question de la pertinence ou non de la notion de politique culturelle pour l'appliquer au contexte stambouliote, nous nous satisferons d'une désignation qui, pour un politologue, pourra paraître grossière. Nous adopterons une démarche empirique en partant de ce qui est ici

⁵ L'Observatoire des politiques culturelles, premier centre de recherche sur les politiques culturelles en France, a été créé en 1989.

désigné par les acteurs impliqués comme culturel et qui est à ce titre pris en charge par la municipalité. Ceci nous conduira à adopter une définition large de la « culture », y incluant des actions à mi chemin avec le social et l'éducatif, mais aussi avec l'événementiel et le touristique. C'est donc le travail d'enquête qui nous permettra de définir les termes « culture » et « politique culturelle » dans la municipalité d'Istanbul et non un calque des définitions françaises. Cependant, nous avons tout de même cherché, avant de pouvoir parler de politique culturelle, un certain nombre d'indicateurs : il s'agissait de repérer l'existence d'institutions et d'acteurs, de lieux, d'activités et d'objectifs et de dégager une cohérence dans l'ensemble hétéroclite des actions culturelles.

Nous précisons que l'expression de « politique culturelle » n'est pas, à Istanbul, utilisée par le pouvoir municipal lui-même. L'employer ne signifie cependant pas que nous imposons des catégories de pensée qui n'existent absolument pas dans le contexte géographique que nous étudions. En effet le terme de « politique » pour désigner les champs d'action concrets d'une institution politique (ce que nous appelons les politiques publiques ou les *policies*) n'est jamais employé en Turquie. Il est réservé au jeu politique et a une connotation très péjorative car il suggère plus ou moins des affaires de corruption. Pour cette raison, on parle d'« affaires sociales », d'« affaires éducatives », d'« affaires culturelles » mais jamais de politiques. On peut dire cependant que ces expressions recouvrent des significations sensiblement similaires⁶.

⁶ Ces précisions terminologiques nous ont été données par Alexandre Toumarkine, secrétaire scientifique de l'IFEA.

Sources

Il existe très peu de travaux écrits sur la politique culturelle municipale à Istanbul, que ce soit sous la forme d'ouvrages, d'articles, ou de mémoires. A notre connaissance, deux colloques ont été organisés sur ce thème, l'un en 2002 par le Goethe Institut, et l'autre en mai 2006 par le département « Cultural managment » de l'université Bilgi, mais les actes n'ont pas été publiés. Les deux seuls travaux portant directement sur ce sujet que nous avons utilisés sont d'une part le plan détaillé de l'intervention orale présentée par Jean-François Pérouse pour le colloque de l'université de Bilgi, et d'autre part, un mémoire de sociologie de DEA réalisé par Bige Örer datant de 2002 et portant sur la politique culturelle d'une municipalité d'arrondissement.

Pour mener à bien cette étude nous nous sommes donc essentiellement appuyés sur des sources directes : les sites Internet des institutions mais aussi ceux réalisés spécifiquement pour certaines manifestations, les programmes imprimés des activités, les publications de brochures ou de livres, des entretiens avec des personnes concernées par le secteur culturel à Istanbul, nos propres observations en nous rendant sur les lieux et souvent en assistant aux manifestations culturelles que nous avons repérées mais aussi au gré des promenades.

Nous avons entrepris d'apprendre la langue turque en suivant des cours au lycée Galatasaray. Nous pouvons cependant noter d'emblée ici que le fait de ne pas maîtriser la langue turque a constitué notre principale limite.

Cheminement de recherche

Durant toute la première partie de mon séjour, mes hypothèses, à mesure que je les reformulais, ont sans cesse été remises en cause par des informations et des observations qui les invalidaient, au moins partiellement. Revenir sur les étapes de ma réflexion et de l'élaboration de ma problématique me paraît important. Cela témoigne tout d'abord de la prise en compte d'un processus qui donne son sens à l'expression même de « travail de recherche » dont c'était pour moi la première expérience. Il est important de rappeler que, ce qui est donné à voir dans une version définitive, n'est que la énième version d'un propos maintes fois repris, reformulé, reconstruit mais aussi que les « trouvailles » procèdent d'un long travail de déconstruction des évidences. D'autre part, insister sur les difficultés, les points d'achoppement, d'une question, permet souvent de dégager ses enjeux principaux et ses lignes de force.

Revenons donc sur les étapes de mon cheminement. L'objectif de départ en arrivant à Istanbul était d'étudier la manière dont la culture est utilisée par la métropole d'un pays émergent à des fins de publicité et de marketing urbain à l'échelle internationale et donc à des fins économiques pour se placer dans l'archipel urbain international et accéder au titre de métropole mondiale. Cette idée m'était venue par le repérage de toute une concentration de grands événements culturels comme les festivals internationaux, la biennale, l'inauguration d'un musée d'art moderne et l'événement « Istanbul, Capitale européenne de la culture en 2010 ». Dans cette perspective, j'avais intitulé de manière provisoire le sujet « Les stratégies d'image à l'étranger de la municipalité d'Istanbul à travers sa politique culturelle ». Or, je me suis rapidement rendu compte que la politique culturelle de la municipalité d'Istanbul ne visait pas une médiatisation à l'échelle internationale et j'avais été trompés dans ma vision du sujet par l'ignorance d'une caractéristique majeure de la scène culturelle stambouliote, la dichotomie entre le secteur privé et le secteur public.

En m'intéressant de plus près au contenu du programme culturel municipal, j'ai été surpris par le repli nationaliste et par le choix d'une mise en valeur de l'histoire ottomane, dont j'ai progressivement compris l'importance dans le débat politique turc contemporain. J'ai alors compris qu'il n'était pas possible de traiter de la politique culturelle sans l'inscrire dans le contexte politique turc plus général.

Enfin, j'ai compris qu'il existait bien une politique à destination de l'étranger : la politique touristique. Je me suis alors intéressée au discours qu'elle développait. Celui-ci semblait à première vue très différent. Il a alors paru intéressant d'analyser l'écart entre une

représentation de soi très repliée et la volonté de diffuser une image d'ouverture et de modernité. Je ne pouvais pas, cependant, en rester au constat d'une contradiction car le risque était trop grand d'en rester à l'analyse un peu simpliste du double discours et de l'agenda caché. Il était plus intéressant de comprendre l'articulation entre les deux discours et de dégager les outils et les stratégies intellectuels qui assurent la cohérence.

Dans la réalisation de ce travail, le terrain a été absolument déterminant. C'est lui qui a lancé la recherche. D'abord à cause de la documentation, quasi inexistante sur le sujet. Ensuite, parce qu'il a fallu que je sois plongée dans le contexte turc, et que, aidée par ma curiosité, je m'en imprègne, pour saisir les éléments structurants du contexte stambouliote et turc et pour ainsi pouvoir analyser la documentation et l'information, c'est-à-dire, la hiérarchiser, en extraire l'essentiel, la retenir et l'utiliser. Je retiens donc de cette première expérience du travail de recherche l'importance capitale du « terrain ».

Pour cela, je dois amplement remercier l'Institut français d'études anatoliennes (IFEA). Travailler quotidiennement dans cette structure est ce qui m'a permis d'être immédiatement immergée dans un contexte et une démarche de recherche autour des questions turques et de saisir rapidement l'actualité, les débats contemporains, les problématiques et les enjeux scientifiques en Turquie. Ecouter les discussions entre les chercheurs, les doctorants, les autres stagiaires, échanger avec eux, en recevoir parfois des conseils, a été le moteur de toutes mes investigations.

A ce titre, je tiens particulièrement à remercier pour leur soutien et leurs conseils, Jean-François Pérouse, géographe et longtemps responsable de l'Observatoire urbain d'Istanbul, ainsi qu'Alexandre Toumarkine, secrétaire scientifique de l'Institut.

Première partie :

L'action de la municipalité du Grand Istanbul dans le champ culturel : peut-on parler d'une « politique culturelle » ?

Dans cette première partie, nous tenterons de faire un repérage des activités culturelles organisées par la municipalité du Grand Istanbul et de voir dans quelle mesure il est possible de parler d'offre culturelle municipale. Puis, nous essaierons de justifier l'emploi de l'expression « politique culturelle » pour qualifier l'action de la municipalité dans ce domaine. Mais dans un premier temps, nous voudrions suivre les premiers pas de l'observateur que nous avons été, s'intéressant aux activités culturelles à Istanbul, et qui découvre l'absence totale de la municipalité sur le pan le plus visible pour lui de la scène culturelle à Istanbul. Ce pan est celui de la scène créative, de l'art contemporain, de l'art « savant », qui s'adresse à une élite cultivée, de l'« art international » qui fait l'actualité culturelle d'Istanbul et qui est pour plusieurs raisons, le plus accessible à l'étudiant étranger arrivant à Istanbul. On touche là à la première caractéristique de l'action culturelle municipale à Istanbul : son absence de tout un pan de la scène culturelle stambouliote, entièrement géré par des acteurs privés, c'est-à-dire en particulier par des fondations. Cerner ce que l'action culturelle municipale n'est pas, et ne cherche pas à être, nous permettra de mieux saisir ce qu'elle est et comment elle se conçoit.

I.1. Aspects de la scène culturelle stambouliote

I.1.1 Le poids des fondations et des acteurs privés dans les événements culturels internationaux

Certains grands événements culturels font l'actualité culturelle internationale d'Istanbul, voire même de la Turquie. Parmi eux, les festivals internationaux - Festival international de cinéma (avril), Festival international de musique (juin), Festival international de jazz (juillet), Festival international de théâtre (septembre), la Biennale d'art contemporain (tous les deux ans de septembre à novembre depuis 1987), l'inauguration du premier musée d'art contemporain en décembre 2004, *Istanbul modern*. Ces événements correspondent en tous points aux normes internationales en matière de rayonnement culturel et artistique d'une grande métropole. Le musée *Istanbul modern* en est un bon exemple. Il occupe l'ancien entrepôt 4 de l'Administration maritime de Karaköy situé le long du Bosphore ce qui l'inscrit dans la longue liste des grands projets culturels s'appuyant sur la réhabilitation de friches industrielles et donnant lieu à la revalorisation d'une zone urbaine délaissée (*La Villette* à Paris, *l'Ufafabrik* à Berlin, *l'Usine* à Genève, le *Bloom* de Milan, etc.). Le conservateur en charge de son développement est un Anglais, David Elliot, qui dirigeait le *Mori Art Museum*, le musée d'art contemporain de Tokyo.

Tous ces projets sont initiés, financés et gérés par des fondations privées à but culturel. Selon Nicolas Monceau, « cette incursion du secteur privé dans le domaine scientifique, culturel, artistique ou éducatif est un phénomène (...) relativement récent. Elle connaît ses premières manifestations après la Seconde Guerre mondiale, bénéficiant alors d'un climat politique et idéologique favorable et atteint son apogée dans les années 80-90. » [MONCEAU, 225]. A partir des années quatre-vingt en effet, moment de l'ouverture de la Turquie au marché international et du lancement progressif de réformes de libéralisation de l'économie, le mécénat culturel privé connaît une véritable « explosion » [*ibidem*].

De façon classique, l'Etat encourage l'investissement privé dans le secteur culturel par déduction fiscale d'une partie des montants versés aux fondations reconnues « d'utilité publique » et « assumant une charge de service public en se substituant à l'action de l'Etat » [MONCEAU, page 247]. Ceci s'applique aux fondations à vocation culturelle selon le régime général des fondations. Cependant, en juillet 2006, le Journal Officiel publiait une loi (la loi

5225) portant spécifiquement sur les investissements et initiatives en matière culturelle : elle mettait en place de nombreux avantages fiscaux et financiers, notamment au niveau de la facturation de l'eau et de l'électricité, pour les entrepreneurs culturels et redéfinissait les conditions d'octroi du statut d'investissement culturel⁷. Cependant, selon Fany Elisa Torré, coordinatrice générale de la fondation Koman, après une longue période de très grand laxisme, les contrôles fiscaux sur les fondations seraient de plus en plus sévères et les allègements fiscaux de plus en plus faibles.

Ce système n'a rien d'original et n'a rien d'étonnant en soi. Cependant, le système du mécénat et des fondations en Turquie, et en particulier à Istanbul, a ceci de particulier qu'il est dominé de façon quasi hégémonique par quelques très grandes familles d'industriels, parmi les plus grosses fortunes de Turquie. Cette activité leur confère une grande visibilité médiatique. Le 22 juillet 2006 par exemple, le quotidien *Referans* faisait remarquer la place qu'occupent les grands groupes industriels dans la création et la gestion des musées à Istanbul⁸. Le journal établissait un classement à la tête duquel se trouvait la famille Koç, devant les familles Sabancı et Eczacıbaşı. Le journal dressait ainsi la liste des principaux musées financés ouverts depuis peu à Istanbul:

« *Rahmi Koç Müzesi*: Musée industriel ouvert en 1994 à Sütlüce par la famille Koç.

Sadberk Hanım Müzesi : Musée d'oeuvres artisanales du nom de l'épouse de Vehbi Koç.

Pera Müzesi : Fondé par Inan et Suna Kıraç (fille de Vehbi Koç) à Tepebaşı inauguré en juin 2005.

Istanbul Modern : Fondé en 2005 par Oya Eczacıbaşı à Karaköy (entrepôt 4 des quais).

Atlı Kösk : Depuis 2002, ce musée géré par l'université Sabancı, a accueilli récemment l'exposition Picasso et Rodin.

Le couple Kıraç a rendu publique son intention de faire de Tepebaşı un pôle culturel, avec la récente création de l'Institut de Recherche d'Istanbul (*Istanbul Arastirmalari Enstitüsü*) et un éventuel rachat du bâtiment TRT pour la création d'un complexe culturel.

⁷ Information tirée du quotidien *Referans* du 24 juillet 2004, p 19 et traduite dans la *Lettre de l'OUI* n°26, page 32.

⁸ Article tiré du quotidien *Referans*, du 22-23 juillet 2006, p. 23 et traduit dans la *Lettre de l'OUI* n°26, page 32.

Citons encore, parmi ceux qui s'apprêtent à investir dans des projets culturels similaires, Erdoğan Demirören, président du CA du groupe Demirören; Cefi Kamhi, membre du CA de Profilo Holding; Mustava Taviloğlu, président du CA de Mudo; Ali Kibar, président du CA de Kibar Holding; Ethem Sancak, patron de Hedef Alliance; Ömer Koç, qui a annoncé la création d'un musée d'art moderne; et enfin Semahat Arsel, présidente du CA de la Fondation Vehbi Koç, à la recherche d'un futur complexe culturel dans la péninsule historique. »

On peut ajouter à cette liste le vaste projet Santral Istanbul, mené sous l'égide de la fondation Bilgi⁹ et financé par de gros groupes industriels et financiers comme Doğu Holding (quatrième conglomérat turc, 77 filiales), qui comprend, outre un site universitaire, un musée d'art contemporain, des résidences d'artistes, une bibliothèque et un musée de l'énergie. Les banques ont aussi un rôle de plus en plus actif dans le secteur culturel, notamment l'AKBank.

Cependant, la fondation la plus importante sur la scène culturelle à Istanbul reste la fondation IKSŞ. Fondée en 1973 par quatorze hommes d'affaires dont le leader était membre de la famille Eczacıbaşı, c'est elle qui est à l'origine des quatre festivals internationaux d'Istanbul - le festival de théâtre, de cinéma, de jazz, et de musique - et qui les gère entièrement. Cette fondation s'est imposée depuis par son professionnalisme et son efficacité. Devenue une véritable institution, elle a une position hégémonique sur la sphère culturelle stambouliote et s'impose comme un acteur incontournable dans l'organisation de grands événements culturels. La municipalité, qui a longtemps refusé toute implication dans les activités de l'IKSŞ, est aujourd'hui, du fait de la force de cette fondation, quasi obligée de collaborer ; elle apporte depuis quelques années une aide logistique lors des festivals, à savoir essentiellement le prêt de salles¹⁰.

Nous rencontrons auprès des personnes de ce milieu culturel et artistique un grand enthousiasme. Ali Aksoy, qui a vécu quinze ans à Paris avant de revenir s'installer à Istanbul,

⁹ La fondation Bilgi a avant tout des objectifs éducatifs, sociaux et culturels. Elle gère l'université privée Bilgi dont la particularité repose sur le choix de l'emplacement des deux sites universitaires, chacun dans un quartier défavorisé d'Istanbul. Le projet Santral Istanbul repose sur la même idée puisqu'il s'agit de réhabiliter une friche industrielle sur la rive Nord de la Corne d'Or, dans un quartier lui aussi défavorisé. Il comprend la construction d'un troisième site universitaire, d'un grand complexe de bibliothèque et médiathèque ainsi qu'un musée. Il fait partie des grands chantiers de rénovation urbaine sur la Corne d'Or.

¹⁰ Information recueillie auprès de Leman Yılmaz, responsable du festival international de théâtre de la fondation IKSŞ.

sa ville natale, est « content de [son] choix ». Il y a selon lui à Istanbul des marges de manœuvre, des espaces de création beaucoup plus grands à Istanbul qu'à Paris où « tout est bloqué ». Fany Elisa Torr , directrice de la fondation Koman, âgée de vingt-cinq ans, et Zeynep Morali, responsable de projets à l'Institut français d'Istanbul, sont toutes deux venues s'installer à Istanbul depuis moins de cinq ans. Elles expriment l'excitation qui règne dans ce secteur à Istanbul. « Ici, tout est à faire, à entreprendre, puisqu'on part de zéro. Rien n'est trop institutionnalisé. On a l'impression d'être beaucoup plus libre et en même temps beaucoup plus utile qu'en France » dit Fany Elisa Torr . Elle exprime en même temps une situation paradoxale : la coexistence d'une grande liberté et d'un grand nombre d'obstacles et de contraintes institutionnelles liées aux relations difficiles avec les instances publiques, notamment municipales, qui ne sont d'aucun soutien et qui leur font souvent obstacle.

I.1.2. Les malentendus autour de la notion de « politique culturelle »

Comme nous l'avons déjà signalé, le secteur culturel privé est le plus facilement accessible pour un étranger qui vient à Istanbul et qui s'intéresse aux activités culturelles qui y ont lieu. On y trouve en effet l'élite cultivée qui a de nombreux liens avec le milieu universitaire. L'étudiant est donc très vite orienté vers des connaissances ou amis, journalistes, artistes ou cadres dans les différentes fondations à but culturel. Ce sont pour la plupart des personnes issues de la bourgeoisie, qui ont souvent étudié à l'étranger et qui par conséquent maîtrisent une ou deux langues étrangères. Pour les fondations, cette ouverture à l'international fait partie de leur stratégie de développement mais aussi, plus profondément, de leur culture.

Or, en pr santant l'objet de nos recherches – la politique culturelle municipale – aux différentes personnes rencontrées appartenant à cette nébuleuse, nous avons au début été systématiquement confronté à ce genre de réactions : « Mais ! Vous travaillez sur quelque chose qui n'existe pas ! » Ce type de remarque peut signifier plusieurs choses différentes, toutes plus ou moins liées entre elles : une simple ignorance, souvent liée à un désintérêt, qui lui-même tend parfois à du mépris. Cela traduit en tout cas combien cette sphère fonctionne séparément de l'institution municipale et des acteurs municipaux.

Cette attitude nous a été confirmée lorsque nous les avons interrogées sur leurs propres pratiques culturelles. Le plus souvent, leurs réponses témoignaient d'une totale ignorance de l'action culturelle municipale. La plupart ne connaissaient pas, par exemple, le programme

des Centres culturels municipaux, le *Kültür Sanat*¹¹. S'ils arrivaient à le situer, c'était au terme d'une longue remémoration. Cependant, plusieurs nous parlent de la salle de concert nommée Cemal Reşit Rey comme le seul lieu qu'ils fréquentent et dont ils suivent la programmation.

Au bout de plusieurs questions répétées, Ali Akay, acteur très actif sur la scène culturelle stambouliote, nous dit aller parfois au cinéma du Centre culturel Tarik Zafer car, « curieusement, on y trouve parfois des films étrangers qui ne passent même pas dans les autres salles de la ville ». Il ajoute en semblant faire de gros efforts de mémoire : « Avant, j'allais aussi parfois au théâtre municipal, mais plus maintenant, car aujourd'hui je préfère le théâtre expérimental ». Cela lui arrive aussi d'aller à des conférences ou à des rencontres organisées par la municipalité. « Parfois ça peut être intéressant. J'y vais par curiosité, c'est amusant ». Il évoque une rencontre organisée il y a quelques années avec Alain Dubenois, « représentant de la nouvelle droite française, voire extrême droite » qui s'exprimait sur les musulmans et la mondialisation.

Seule Leman Yilmaz, responsable de la programmation du Festival international de théâtre, nous dit aller voir les représentations des théâtres municipaux, parce que « c'est [son] métier ». Il semble d'ailleurs qu'elle tienne à rester très neutre à ce sujet

En dehors de ces quelques concessions obtenues au prix d'une grande insistance, tous les propos indiquent un profond désintérêt pour les activités culturelles municipales. Celui-ci s'apparente, ou à une simple indifférence qui va jusqu'à faire oublier l'existence de centres culturels municipaux, ou à un véritable mépris. Dans tous les cas, ce désintérêt est provoqué par une mésestime sur le terme de culturel et ce qu'il qualifie. Vecdi Sayar nous explique que ce que la municipalité qualifie de culturel n'est pas culturel : « c'est du folklore mais ce n'est pas la culture ».

On peut retenir de ces entretiens une très grande incompréhension entre le secteur privé et la municipalité ainsi qu'un certain mépris des premiers sur ce qu'ils considèrent comme l'incompétence des autres. Quant à eux, ils passent aux yeux de la municipalité pour élitistes, ne pouvant en rien répondre aux attentes des électeurs. Il n'y a donc aucun dialogue.

Un des objectifs principaux du cahier des charges formulé par la Commission européenne concernant les projets « Capitale européenne de la culture » est de créer des réseaux entre les différents acteurs, publics et privés, impliqués dans le domaine culturel. Nous avons assisté à une réunion organisée par le comité d'organisation du projet « Istanbul

¹¹ Nous reviendrons en détail sur ces Centres culturels et sur leur programme, voir p.28.

2010, Capitale européenne de la culture » où était invité Didier Fusillier, directeur de Lille 2004¹². Celui-ci a entièrement consacré sa communication à cet objectif de l'émergence, grâce à l'événement, d'une meilleure « gouvernance locale ». En s'appuyant sur l'exemple de Lille, il a insisté sur l'importance de créer du dialogue, d'établir des relations de collaboration entre les différents acteurs culturels de la ville et de la région, de faire émerger des réseaux. Ce choix d'ordre du jour montre bien que c'est un enjeu essentiel à Istanbul et une préoccupation essentielle pour le comité d'organisation qui a préparé la réunion. Pour l'instant, les différentes personnes avec qui nous avons pu en parler¹³ sont très pessimistes à ce sujet : ce qui se dessine pour 2010, ce sont des actions de la municipalité et du secteur privé séparées et très peu coordonnées. Quant au programme élaboré par ce dernier, il devrait être entièrement dominé par la fondation IKSU, seul acteur qui ait déjà du personnel exclusivement consacré à ce projet.

Ce déni de ce sur quoi nous avons entrepris de travailler, bien qu'il nous ait un peu troublé au départ, ne nous a pas fait abandonner notre projet. Nous choisissons en effet d'adopter une démarche empirique : est culturel ce qui est dit culturel par la municipalité. Une fois cernées au mieux les activités municipales dites culturelles, nous pourrions tenter de comprendre la manière dont la municipalité conçoit ce qu'est la culture et le culturel. C'est à ce titre que l'incompréhension des acteurs privés envers la municipalité nous intéresse.

¹² La réunion s'est tenue le jeudi 19 avril 2007 dans les somptueux locaux alloués par la municipalité au comité d'organisation, au dessus de l'Atlas Passaj, rue de l'Istiklal.

¹³ Il s'agit en particulier de Jean-Francois Pérouse, lui-même membre du comité d'organisation, et de Fany Elisa Torre, membre du comité artistique.

I.2. Eléments de caractérisation de l'offre culturelle municipale

I.2.1 Des services municipaux éclatés et dominés par Kültür A.Ş.

Contrairement à l'échelon national où il n'existe pas de ministère de la culture autonome mais un ministère « de la Culture et du Tourisme »¹⁴, il existe au sein de la municipalité du Grand Istanbul un département de la culture (Kültür işleri). Ce département est doublé depuis 1989 d'une société privée à but non lucratif financée par la mairie : Kültür A.Ş.. A ces deux services, on peut ajouter la structure « turizim platformu » ainsi que le très récent service des industries créatives rattaché au Centre de planning urbain métropolitain¹⁵.

I.2.1.1. Trois services relativement marginaux

Le service des industries créatives et la structure « turizim platformu » ont un rôle relativement marginal. Le service des industries créatives, créé en 2005, a un rôle de prospective pour encourager d'une part l'implantation d'« industries culturelles » comme l'industrie cinématographique ou la haute couture¹⁶ et d'autre part le tourisme.

La structure « turizim platformu » a pour objectif de soutenir des projets extérieurs. Créée en 2005 elle aussi, elle avait pour objectif de réunir des compétences et des hommes de terrain pour faire le lien entre la municipalité et le secteur privé, ce qui constituait pour la municipalité un premier pas d'importance. « Turizim platformu » réunit donc, pour évaluer des projets, des experts extérieurs au personnel municipal, n'ayant pas forcément les mêmes obédiences politiques que la municipalité. De fait, toute personne ou organisme voulant obtenir des subventions pour un projet culturel ou même une autorisation pour une manifestation dans l'espace public doit passer devant cette commission. Les séances se déroulent généralement sur un après-midi au cours duquel plusieurs projets sont examinés.

¹⁴ La fusion dans un même ministère du tourisme et de la culture s'est faite dans les années quatre-vingt et a depuis suscité beaucoup de débats de sorte qu'elle plusieurs fois été annulée, pour à chaque fois être réintroduite.

¹⁵ Le Centre de planning urbain, situé à Beyoğlu, regroupe plusieurs départements. Il a une mission de prospective, de réflexion et d'initiatives pour le développement de la ville ainsi que de planification du territoire.

¹⁶ Entretien avec l'assistante de Zeynep Enlil, directrice du service Industries créatives du Planning métropolitain du Grand Istanbul.

Nous n'avons pas réussi à rencontrer une personne de ce service car nous n'avons jamais eu de réponse à nos demandes, que ce soit par e-mail ou par téléphone. Mais, aucun des acteurs que nous avons interrogés et qui ont eu affaire à eux n'est satisfait de cette structure. Parmi eux, Zeynep Morali, chargée de projet à l'Institut culturel français d'Istanbul, est particulièrement amère. Moins de deux semaines avant notre entretien, elle a dû renoncer à un grand projet sur lequel elle travaillait depuis plusieurs mois. Il s'agissait d'un spectacle vivant de grande ampleur dans le centre de la ville. Pour cela l'autorisation et le soutien de la municipalité étaient nécessaires et il fallait passer par la « turizim platformu ». Elle explique que, malgré tous ses efforts, elle n'a jamais réussi à avoir de rendez-vous. Elle s'est trouvée selon elle confrontée à des gens très peu fiables et lâches : après l'avoir fait attendre plusieurs mois, ils ont voulu se décharger du projet en le renvoyant sur la municipalité d'arrondissement de Beyoğlu qui l'a elle-même renvoyé sur la municipalité du Grand Istanbul. Pour finir, elle a dû abandonner le projet sur Istanbul alors même qu'elle n'a jamais eu de réponse clairement négative. Il aura en revanche lieu dans trois autres villes, à Ankara, Izmir et Eskişehir, où elle n'a pas rencontré les mêmes difficultés.

De façon générale, il est reproché à cette structure son manque de transparence et un mode de fonctionnement faisant beaucoup jouer la cooptation. Certains organismes ont systématiquement un financement comme par exemple « Galata design week » qui organise tous les ans la semaine de design sur le vieux pont de Galata auquel le maire se rend tous les ans. Selon Fany, c'est une fondation riche grâce à la municipalité.

Le département des affaires culturelles a quant à lui été progressivement évincé par Kültür A.Ş. qui, désormais, est l'organe municipal le plus important dans le secteur culturel. Jusqu'ici établi dans le bâtiment central de la municipalité du Grand Istanbul, le département des affaires culturelles a déménagé en avril 2007 pour prendre place dans un centre commercial de Şişli. Ce déménagement, qui susciterait en soi des commentaires, mériterait une plus ample investigation que nous n'avons pas eu le temps de mener.

I.2.1.2. Kültür A.Ş., ou la délégation de la gestion du secteur culturel municipal à une société d'économie mixte



Kültür A.Ş. se définit comme une société anonyme d'économie mixte à but non lucratif. D'après un cadre de l'entreprise¹⁷, la société est financée à 99% par la municipalité et c'est simplement les 1% de financement privé qui permettent de garantir le statut d'entreprise « privée ». D'après lui, c'est une stratégie pour contourner les lourdeurs administratives et le centralisme étatique : « Vous savez, le système administratif turc s'est beaucoup inspiré du modèle français. C'est donc un peu comme en France. La bureaucratie est très lourde : tout doit passer par l'administration centrale pour obtenir son autorisation. Le simple fait d'être privé nous évite ce problème et nous sommes ainsi beaucoup plus efficaces. » Il reconnaît donc que le statut « privé » est plus apparent que réel et constitue une astuce pour la municipalité pour s'autonomiser par rapport au pouvoir central¹⁸.

Ce système de délégation au secteur privé concerne bien d'autres domaines que la culture : la formation continue et l'éducation culturelle et artistique sont confiés à la société Ismek¹⁹, l'entretien des espaces verts à la société Ağaç. Ce qui est censé distinguer ces sociétés privées à vocation de service public est un certain sens de l'entreprise censé garantir l'efficacité et la rentabilité ainsi qu'une meilleure gestion de l'argent public. Il arrive pourtant que des scandales financiers éclatent autour de ces sociétés, comme ce fut le cas en 2006 autour de l'entreprise ISMEK et du détournement des fonds octroyés à ses entreprises sous-traitante²⁰. La privatisation n' a en effet pas forcément engendré la baisse de la corruption ou une plus grande transparence tant les collusions avec le pouvoir municipal sont fortes.

Le directeur de la société est nommé par la municipalité et le travail décisionnaire s'effectue en collaboration entre les dirigeants de l'entreprise et des hauts fonctionnaires

¹⁷ Entretien avec Altay Ünalay, cadre chez Kültür A.Ş.

¹⁸ Les pouvoirs de la municipalité du Grand Istanbul, « définis en juillet 1984 (par la loi n°3030), semblent en voie d'élargissement » [PEROUSE, 2004, page 2]. La ville forme en effet « des revendications pressantes (...) en faveur d'un mode de gestion territoriale plus décentralisée. » [idem, page 1]. La Turquie reste cependant un pays extrêmement centralisé qui accorde peu d'autonomie aux pouvoirs locaux.

¹⁹ Voir pages 100 et suivantes.

²⁰ Lettre de l'OUI n°28, mars 2007, pages 42 à 44.

municipaux, voire le maire en personne, réunis régulièrement. Cependant, M. Ünaltay nous précise bien que les décisions sont prises en derniers recours par la municipalité.

Kültür A.Ş. gère une enveloppe annuelle de plus de 50 millions de YL²¹. A partir de ce budget, elle a pour mission d'organiser un certain nombre d'événements culturels, d'assurer les publications municipales et de gérer les centres culturels municipaux. Son rôle est donc de gestion et d'organisation. La société a aussi un rôle de proposition et de création d'idées. Le cadre que nous avons rencontré s'est lui-même présenté comme « chercheur ». Mais elle n'a pas un rôle de décision.

Au sein du siège, situé dans l'arrondissement de Şişli²², environ deux cent personnes travaillent à temps complet. Mais en comptant l'ensemble des personnes qui travaillent sous la direction de Kültür A.Ş., cela représente trois mille personnes²³.

I.2.2. Les objectifs d'un programme qui vise un public local et national

Monsieur Altay Ünaltay, cadre chercheur chez Kültür A.Ş. présente l'objectif de la société mandatée par la municipalité du Grand Istanbul sous la forme de cinq objectifs. Il s'agit d'abord de permettre l'accès à la culture pour des gens qui n'en ont d'habitude pas la possibilité. Le deuxième objectif est de renforcer le sentiment d'appartenance à leur ville pour tous les habitants nouvellement installés. Troisièmement, dans une Turquie qui aspire à devenir membre de l'Union européenne, Istanbul doit être un exemple devant l'Europe. Quatrièmement, il faut présenter une offre de culture « commune » : des spectacles, des concerts. Cinquièmement, il s'agit de rendre à Istanbul son statut historique de capitale culturelle mondiale.

Ces cinq objectifs peuvent être regroupés sous la forme de trois objectifs principaux : un objectif de démocratisation de l'accès à la culture, un objectif de construction d'une identité urbaine stambouliote et un objectif d'image et de prestige vis à vis de l'international et en particulier de l'Union européenne.

²¹ *Lettre de l'OUI* n°28, mars 2007, page 42.

²² La municipalité de Şişli est la plus riche du Grand Istanbul. C'est là que se situent la plupart des sièges d'entreprise.

²³ Selon le cadre interrogé, Altay Ünaltay.

A l'observation, cette présentation semble assez pertinente. Le premier objectif rappelle clairement que la politique culturelle municipale s'adresse en premier lieu à un public populaire ce que le second objectif dit aussi implicitement. La lacune identitaire ne concerne pas en effet l'élite culturelle stambouliote, souvent issue de la vieille bourgeoisie stambouliote, mais les « nouveaux venus » arrivés pour des raisons économiques et installés dans les arrondissements périphériques. Le type de programmation nous confirmera cette orientation.

En revanche, les réalisations concernant le troisième objectif, hormis le petit projet « Istanbul, capital of the world », sont absentes. Cette présentation des objectifs omet d'autre part les objectifs économiques, l'action culturelle étant pensée pour toute une part en lien étroit avec le tourisme.

I.2.3. Les lieux et les activités : un investissement inégal

La municipalité dispose de divers lieux dont chaque type a son usage et correspond à une histoire particulière dans la ville. Nous avons essayé de les présenter – de manière la plus complète possible mais non exhaustive – en les regroupant par catégories suivant le degré d'implication de la municipalité ou au contraire de délaissement. Cette typologie est importante car elle permet de mieux distinguer les choix faits en propre par la municipalité actuelle.

I.2.3.1. Les vieilles institutions kémalistes délaissées par la municipalité

Le Cemal Reşit Rey

Le Cemal Reşit Rey est une salle de concert de prestige, situé dans un des quartiers chics du centre d'Istanbul, juste derrière l'Hilton palace. C'est un bâtiment des années soixante-dix, bien entretenu, à l'intérieur confortable et cossu. La programmation est de haut niveau mais très classique et fait souvent appel à des formations internationales. Les places sont chères ; le public visé est donc un public aisé.

Ce lieu est une référence dans la ville. Pour beaucoup de personnes interrogées appartenant à l'élite intellectuelle et artistique stambouliote, c'est le seul lieu culturel municipal qu'elles fréquentent. « Vous savez, un lieu comme cela, si les gens comme nous, les intellectuels, n'y vont pas, ça meurt » me dit l'une d'elles²⁴.

L'Opéra et ballet

L'Opéra et ballet national d'Istanbul (Istanbul Devlet Opera ve Balesi - IDOB) est une des grandes institutions héritées de la période kémaliste. Elle correspond à la volonté d'occidentaliser la société turque notamment en faisant venir les grandes institutions culturelles occidentales.

Aujourd'hui, cette institution reste un bastion du kémalisme. Alexandre Toumarkine, secrétaire scientifique de l'IFEA, dont la fille d'une dizaine d'année était inscrite au cours de danse classique pour l'année 2006-2008, qualifie ces cours de danse de « catéchisme républicain ». Les représentations ont lieu au centre Atatürk.

Le centre Atatürk



Planche 2 : Dans le fond, le centre Atatürk, qui domine la place Taksim (7/04/2007)

Installé dans un bâtiment des années soixante-dix très imposant juste sur la place Taksim, le centre Atatürk fait désormais parti des centres culturels municipaux gérés par Kültür A.Ş. et accueille à ce titre principalement des conférences. Mais il occupe une place un peu particulière et peut être classé parmi les vieilles institutions culturelles de la ville. De part son histoire et sa visibilité, il joue donc comme un repère dans la ville. Cet attachement affectif de toute une partie des Stambouliotes à ce centre culturel s'exprime aujourd'hui avec une grande ampleur car le bâtiment est menacé de destruction par un plan de réaménagement complet de la zone entre Taksim et Cemal entrepris par le gouvernement

²⁴ Entretien avec Vecdi Sayar, président de l'association pour la communication interculturelle, membre du comité executif Istanbul 2010.

central d'Ankara. Un grand mouvement de manifestation s'est mis en place dont l'un des arguments principaux est la valeur architecturale de ce bâtiment, représentatif d'une époque.

Les théâtres municipaux



Planche 3 : Un des sept théâtres municipaux à Şişli, face au Cemal Reşit Rey (10/06/2007)

La ville dispose de sept théâtres municipaux répartis dans différents arrondissements de la ville ainsi que d'une troupe municipale qui circule entre ces différents théâtres. Cette structure est importante puisqu'elle compte au total à peu près cinq cents employés.

C'est une vieille institution dont l'origine remonte aux années 1930. A l'origine, l'esprit de l'institution correspond à celui de la politique culturelle d'Atatürk : éduquer le peuple, le

moderniser en même temps que le turciser. A l'inverse de l'opéra et du ballet qui sont situés uniquement en centre ville et s'adressent à une élite cultivée, plusieurs théâtres sont situés en périphérie comme le théâtre de Gaziosmanpaşa par exemple. En cela, ils sont comparables aux Centres culturels municipaux : on retrouve la même volonté de toucher un public populaire.

Selon Serra Yilmaz, actrice, membre du comité artistique des théâtres municipaux pendant seize ans, de 1986 à 2003²⁵, la programmation a toujours été indépendante de la municipalité et du pouvoir politique. Actuellement, il y a d'une part un directeur administratif nommé par la municipalité mais qui n'a rien à voir avec la programmation et d'autre part un directeur artistique qui est nommé par le comité artistique. Cela permet de monter des pièces pas trop conventionnelles, parfois provocantes.

Serra Yilmaz a été renvoyée du théâtre en 2003. Elle explique ce licenciement par des rivalités et des ambitions personnelles plus que par des raisons politiques. D'après elle, la programmation continue à être de qualité. Cependant, elle évoque aussi la mauvaise réception d'une des dernières pièces qu'elle a mise en scène, une pièce de Fassbinder, dans laquelle un homme et une femme s'embrassent et commencent à se déshabiller. L'ancien comédien

²⁵ Entretien avec Serra Yilmaz, actrice, membre du comité artistique des théâtres municipaux pendant seize ans, de 1986 à 2003.

promu directeur artistique qui l'a renvoyée semble s'être fait des appuis au sein de la municipalité ce qui aurait joué dans son licenciement.

L'indépendance n'est donc peut-être pas aussi totale que cela. Surtout, l'institution a perdu le soutien politique qu'elle avait jusque dans les années quatre-vingt. Selon Serra Yilmaz, la pression pour une privatisation, ou, au moins, une gestion par une société privée, est de plus en plus grande. Dans ce dernier cas, les théâtres seraient alors dans une situation analogue à celles des centres culturels et pourraient perdre en indépendance de programmation.

I.2.3.2. Les lieux qui font l'objet d'un investissement municipal fort

Les Centres culturels municipaux de l'IBB gérés par Kültür A.Ş., une vieille structure mais fortement investie par la municipalité

On trouve à Istanbul, quatorze Centres culturels municipaux, répartis dans les différents quartiers de la ville: Atatürk Kitaplığı à Taksim, Altunizade Kültür ve Sanat Merkezi, Tarik Zafer Tunaya Kü, Idris Gülluce Kültür Merkezi, Bakirköy Yenimahalle, Mimar Sinan, Maltepe, Yerebatan, Samandira Belediyesi, Sarigazi Genco Erkal, Halkali, Ümraniye Atakent, Kartal Bülent Ecevit.

Il existe d'autres centres culturels municipaux dans la ville avec lesquels il ne faut pas les confondre. Tout d'abord, il existe des centres culturels qui sont en réalité des locaux mis à disposition d'associations ou de sociétés mixtes à but éducatif, artistique, culturel, comme Ismek. D'autre part, il existe des centres culturels appartenant aux municipalités d'arrondissement. Ceux-ci proposent leur propre programme, ce qui permet une diversification de l'offre. Ils viennent aussi combler les espaces vides puisque beaucoup de quartiers sont très éloignés des Centres culturels de la municipalité du Grand Istanbul. D'autre part, pour les municipalités d'arrondissement, qui travaillent à une échelle plus fine, les centres culturels sont un élément important de l'action municipale qu'elles peuvent mettre en avant et valoriser devant leurs électeurs. Ce sont en effet des infrastructures publiques qui marquent l'espace et qui rappellent l'efficacité du gouvernement public et des élus. Il arrive même que les centres culturels relevant de deux échelons différents de gouvernement soient l'objet de concurrences et de rivalités entre les deux niveaux de pouvoir municipal. A

Gaziosmanpaşa par exemple, la rivalité autour du centre culturel était très perceptible. La responsable de la communication de la municipalité de Gaziosmanpaşa a tourné en dérision la programmation du théâtre municipal du Grand Istanbul qu'elle a qualifiée de « cucul ». Elle lui opposait le dynamisme du nouveau centre culturel qu'ils sont en train de construire à côté de la mairie²⁶. Les deux municipalités sont pourtant de même sensibilité politique mais les deux maires sont en grande rivalité, le maire de Gaziosmanpaşa briguant depuis longtemps le poste de maire du Grand Istanbul.

En ce qui concerne les quatorze centres culturels de la municipalité du Grand Istanbul, leur gestion est assurée par la société Kültür A.Ş.. C'est elle qui nomme les différents directeurs des centres culturels, distribue les financements, élabore le programme et qui, pour finir, l'édite dans le *Kültür Sanat*²⁷. Cette gestion est assurée sous le contrôle et la supervision permanente de la municipalité : le directeur chargé de nommer les directeurs de centre est lui-même directement nommé par la municipalité ; les programmes sont élaborés en commun au sein d'une commission qui réunit des dirigeants de Kültür A.Ş. et des fonctionnaires municipaux. Aucune décision n'est prise sans soumettre une proposition à la municipalité et sans son aval complet²⁸.

Les centres eux-mêmes n'ont donc aucune autonomie puisque la programmation leur est totalement imposée. Même l'élaboration du calendrier ne leur revient pas et les spectacles et les conférences prévus circulent d'un centre à l'autre.



Planche 4 : Couverture du *Kültür Sanat* du mois d'avril 2007

Les centres sont d'importance inégale et montrent une certaine spécialisation²⁹. Pour le montrer, une première approche peut consister à dénombrer le nombre d'activités proposées dans le mois. Les centres les plus importants selon ce critère proposent un peu moins d'une activité par jour : il s'agit des centres Tarik Zafer Tunaya Kü et Atatürk Kitaplığı (25 activités dans le mois). Des centres d'importance moyenne, Bakirkoy, Altunizade, Kartal, Umraniye proposent entre dix et vingt activités par mois. Enfin, certains très modestes, proposent moins de dix - parfois deux ou trois - activités dans le mois.

Les centres ne proposent pas tous le même type d'activités et semblent souvent s'être spécialisés. Les deux plus gros centres

²⁶ Entretien avec Madame Atila lors de l'excursion urbaine du 21 mars 2007.

²⁷ Nous reparlerons en détail de ce programme pages 62 à 64.

²⁸ Entretien avec Altay Ünaltay.

²⁹ Nous nous sommes basés sur l'étude des *Kültür Sanat* des mois de mars, avril et mai 2007.

proposent uniquement des conférences pointues et théoriques sur des questions principalement littéraires, philosophiques et historiques. A l'inverse, parmi les petits centres, la plupart ont une programmation « familiale » (spectacles pour enfants et conférence sur la famille). Seuls deux petits centres semblent spécialisés dans la musique. Les deux centres les plus importants parmi les centres moyens ont une offre extrêmement variée qui regroupe à peu près tous les types d'activités : pièces de théâtre, spectacles pour enfants, concerts, conférences. Les autres centres ont eux aussi une programmation à dominante « familiale » très marquée.



Planche 5 : La présentation des réalisations d'un atelier de papier marbré dans le centre culturel Altunizade (Üsküdar) (6/04/2007)



Planche 6 : Concert de musique traditionnelle turque dans le centre culturel Altunizade (Üsküdar) (6/04/2007)



Planche 7 : Conférence d' « instruction civique islamique turque » dans le centre culturel Tarik Zafer Tunaya (Beyoğlu) (10/04/2007)

Cette spécialisation correspond la plupart du temps aux espaces disponibles dans les centres. Tous ne disposent pas par exemple d'une salle de spectacle. Ils ne disposent parfois que de salles de réunions ou de conférences. C'est le cas du Tarik Zafer qui comprend une petite salle d'exposition de 50 m² environ et une salle de conférence. Le centre d'Eminönü dispose lui d'une vraie salle de spectacle avec une petite scène de théâtre qui sert aussi pour

les concerts. Des expositions sont faites dans le hall d'entrée et d'autres pièces servent pour des réunions, des conférences, des cours de musique. En revanche le Tarik Zafer est le seul centre à avoir aussi une salle de cinéma. Le centre le plus important est le centre Atatürk.

Nous noterons que ces centres sont installés autant dans les quartiers périphériques que dans le centre ville, à l'inverse des grandes institutions prestigieuses comme l'opéra ou le Cemal Reşit Rey. Les centres culturels sont destinés à un public populaire. Cependant, en fonction de leur situation spatiale, ils visent aussi un public différencié. En effet, les deux centres qui proposent exclusivement des conférences, le centre Atatürk et le centre Tarik Zafer – qui a aussi une salle de cinéma, sont les deux principaux centres culturels du centre ville, situés aux deux extrémités de l'avenue Istiklal.

En ce qui concerne les locaux qui sont mis à disposition par la municipalité du Grand Istanbul à des associations ou des sociétés mixtes, il sont pour une bonne part mis à disposition d'Ismek, une société de formation professionnelle et artistique qui donne des cours d'artisanat, de musique, d'anglais, de cuisine, d'informatique³⁰. La création de cette société avait été initiée par la municipalité. Ils constituent donc d'autres centres culturels dans la ville, insérés dans la vie du quartier, et resserrent le maillage des structures culturelles à moindre frais. Ces centres sont cependant très souvent peu visibles et assez peu fréquentés. Nous l'avons observé lors de la visite du centre culturel à côté de la Petite Sainte Sophie qui est investi par Ismek et qui est parallèlement l'occasion de quelques expositions de temps en temps³¹. Ce centre était désert ; trois élèves assistaient à un cours d'anglais.

La rue, les parcs, les places, les espaces d'eau, l'investissement récent des espaces publics de plein air pour des événements attractifs et divertissants

En fréquentant la ville pendant trois mois, nous avons pu constater que la municipalité investit très régulièrement les espaces publics de plein air, même s'il faut noter que la saison printanière, entre la fin mars et la fin juin, se prêtait particulièrement à ce genre d'activités et de manifestations festives.

Certains lieux sont largement privilégiés. Il s'agit d'abord des places centrales. La place Taksim, carrefour principal pour les transports en commun de la ville, est

³⁰ Se reporter à la troisième partie, pages 100 à 111.

³¹ Visite urbaine organisée par l'Observatoire urbain d'Istanbul le mercredi 25 avril 2007.

particulièrement investie. Sur une durée de trois mois, elle a accueilli quatre événements : la Fête de la tulipe (une semaine), l'exposition de l'artisanat des femmes tatares (une semaine), le concert de musique tatar (une soirée), le mini golf (deux semaines). La place de Sultanahmet, incontournable pour les touristes, est elle aussi régulièrement utilisée : festivités et reconstitution historique pour l'anniversaire de la Conquête, spectacle de musique et de danses folkloriques tatares.

En second lieu, on trouve les espaces d'eau, le Bosphore mais surtout la Corne d'Or, qui sont eux aussi très mobilisés : c'est là qu'ont eu lieu le spectacle de la commémoration de la conquête de Constantinople le 29 mai 2007, une démonstration aérienne, les fréquents feux d'artifices. D'autre part, des visites guidées pour les Stambouliotes sont organisées sur des bateaux, ce qui montre bien que les espaces d'eau sont perçus comme faisant partie à part entière de l'espace public et du patrimoine de la ville et qu'ils sont mobilisés comme tels.

Sans en déduire une quelconque hiérarchie, nous avons cru remarquer que les rues étaient surtout investies par les municipalités d'arrondissement. Le phénomène est très net entre l'avenue Istiklal et la place de Taksim. Sur la place de Taksim, toutes les manifestations sont organisées par la municipalité du Grand Istanbul. Dans l'avenue Istiklal par contre, toutes les manifestations sont organisées par la municipalité d'arrondissement de Beyoğlu : une exposition de photographies très grand format accrochées en hauteur sur des filins transversaux (fin mars), une exposition de photographies noir et blanc de bâtiments du quartier de Beyoğlu, un stand de calligraphie chinoise, des spectacles de danse folklorique d'enfants du monde, un festival qui a donné lieu à des spectacles de clowns et d'acrobates.

Les lieux d'exposition permanents

Les centres culturels sont régulièrement utilisés comme des lieux d'expositions. Il en est de même de la salle de concert Cemal Reşit Rey qui a par exemple abrité l'exposition sur Mehmet le conquérant inaugurée le 29 mai 2007. Dans ces espaces, on se sert généralement des halls d'entrée.

En ce qui concerne les salles d'expositions spécifiques, nous n'en connaissons que deux : l'une, sur l'avenue de la République près de la place de Taksim, l'autre à proximité du palais de Topkapı et du musée archéologique. La première date des années soixante-dix et est assez petite. La seconde est au contraire très vaste et très récente. Elle a été aménagée dans les

anciennes écuries du palais de Topkapı transformées en lieu d'exposition depuis l'année 2005.

Il est fort probable que les expositions circulent d'un lieu à l'autre car la même exposition de photographies qui avait été inaugurée en 2006³² dans la salle de Topkapı était exposée avenue de la République.



Planche 8 : Entrée du lieu d'exposition municipal dans les anciennes écuries du palais de Topkapı (31/05/2007)



Planche 9 : Entrée du lieu d'exposition municipal avenue de la République (11/06/2007)

La librairie de la municipalité



Planche 10 : Entrée de la librairie Atatürk sur l'avenue İstiklal (25/04/2007)

La librairie de la municipalité est un lieu assez connu à Istanbul si nous en jugeons par le nombre de personnes qui nous en ont parlé pour nous l'indiquer et nous la recommander alors que, par ailleurs, ces personnes étaient totalement ignorantes de l'action culturelle municipale en général. Cela est sans doute en premier lieu dû à sa localisation, sur la principale voie piétonne de la ville, l'avenue İstiklal³³, dans

³² Exposition de photographies sur Istanbul et ses habitants réalisées par des photographes amateurs dans le cadre de l'association « Atölye ».

³³ L'avenue İstiklal, avenue de l'Indépendance, jouit d'une immense popularité à Istanbul. Vitrine de l'Istanbul occidentale et consommatrice. Toutes les grandes marques de vêtement – Adidas, Nike, Levis – chaînes de fast food et de café – Starbucks coffee, Gloria Jeans, Mac Donalds, Burger King.

l'arrondissement de Beyoğlu, au cœur de l'ancien Péra³⁴. D'autre part, la librairie propose une offre très variée de livres sur Istanbul, dont certains sont introuvables ailleurs. Elle vend aussi des disques, essentiellement de musique traditionnelle.

Ce magasin est un point de vente des publications municipales faites par Kültür A.Ş. ou par le Centre de recherche historique récemment créé par la municipalité. Mais elle est loin de se limiter à cela : on y trouve des livres d'art, des livres d'histoire, des livres de photographie, des romans, de la poésie, qui viennent d'horizons très différents, leur seul point commun étant d'avoir pour thème Istanbul. On y trouve aussi quelques bibelots, souvenirs et illustrations sur Istanbul. Depuis quelques années, la librairie se met aussi progressivement à la vente de DVD et CD-Rom. Cette évolution est d'ailleurs très vivement encouragée par la municipalité, au grand désespoir du libraire actuel, passionné par les livres et qui a constitué cette vaste et riche collection d'ouvrages sur Istanbul³⁵. Enfin, la librairie est réputée pour ses prix modérés : à produits équivalents, c'est toujours ici que les prix sont les plus bas.

La très grande majorité des livres est en turc. La librairie municipale est donc avant tout destinée aux Turcs et aux Stambouliotes même si on y trouve aussi quelques livres en anglais ainsi que les romans de Pierre Loti en français.

La librairie Mephisto, un lieu privé « branché » pour des événements occasionnels à vocation médiatique

Les rencontres avec des intellectuels étrangers organisées par Kültür A.Ş. dans le cadre du projet « Istanbul, center of the world » ont lieu dans le café de la librairie Mephisto.

La librairie Mephisto est située sur l'avenue Istiklal³⁶ ; elle est donc très centrale. Elle cultive un style « intello » mais en même temps assez « branché », diffusant par exemple en permanence de la musique dans la rue. C'est là aussi que se tiennent des rencontres avec des comédiens, des artistes, des écrivains.

³⁴ Péra était le quartier européen construit à partir du milieu du XIX^e siècle autour de la tour Galata jusqu'à l'actuelle place de Taksim et au quartier de Cihangir.

³⁵ Propos du libraire recueillis par Jean-François Pérouse qui fréquente assidûment la librairie. Depuis notre séjour, le libraire a d'ailleurs été éloigné de la librairie par la municipalité.

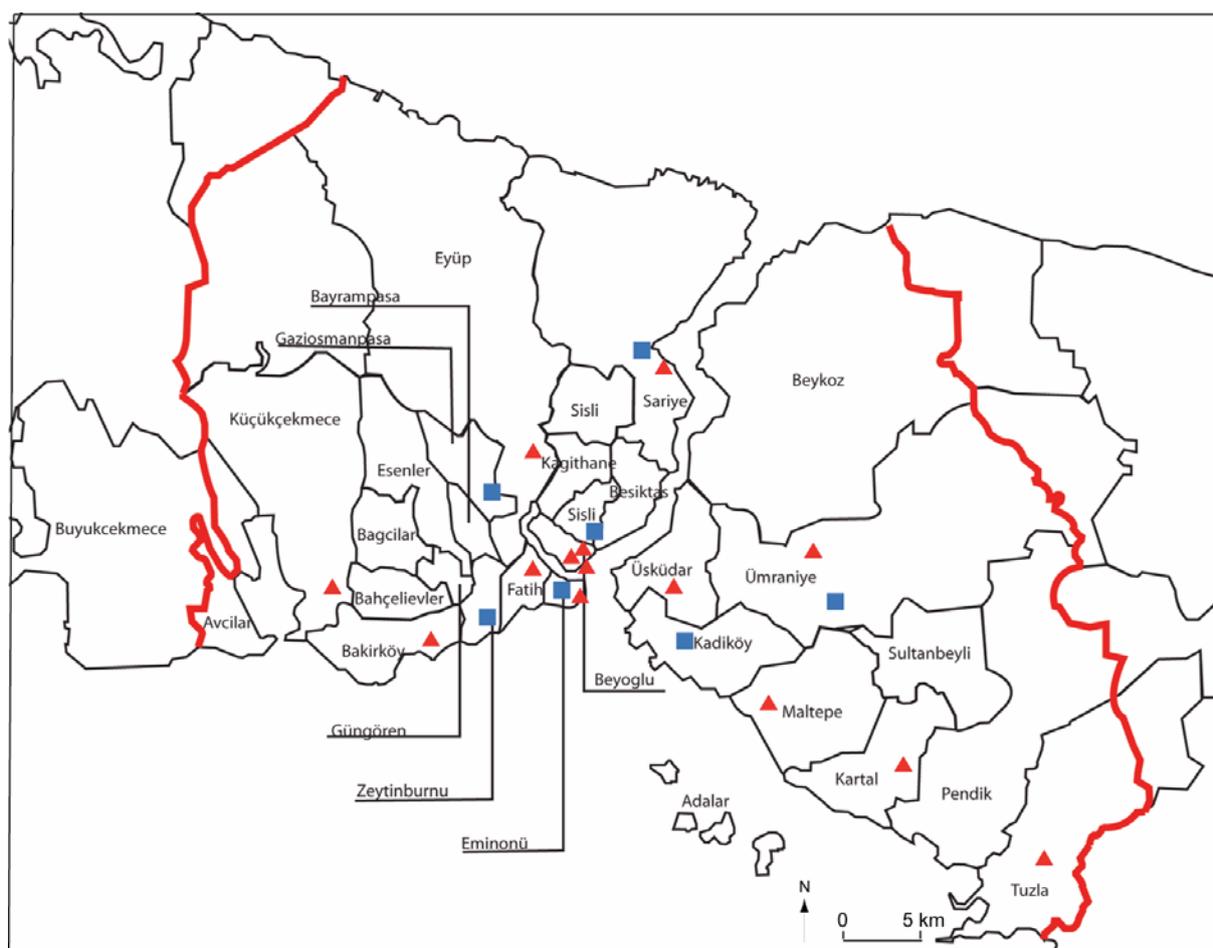
³⁶ Voir la note n°33.



Planche 11 : Invitation dans le cadre du projet « Meetings at the center of the world » pour une rencontre entre Terry Eagleton et Hüsamettin Arslan sur le thème *Critique et idéologie* à la librairie Méhistro le 14 avril 2007 (recto)

Planche 12 : Invitation dans le cadre du projet « Meetings at the center of the world » pour une rencontre entre Terry Eagleton et Hüsamettin Arslan sur le thème de *Critique et idéologie* à la librairie Méhistro le 14 avril 2007 (verso)

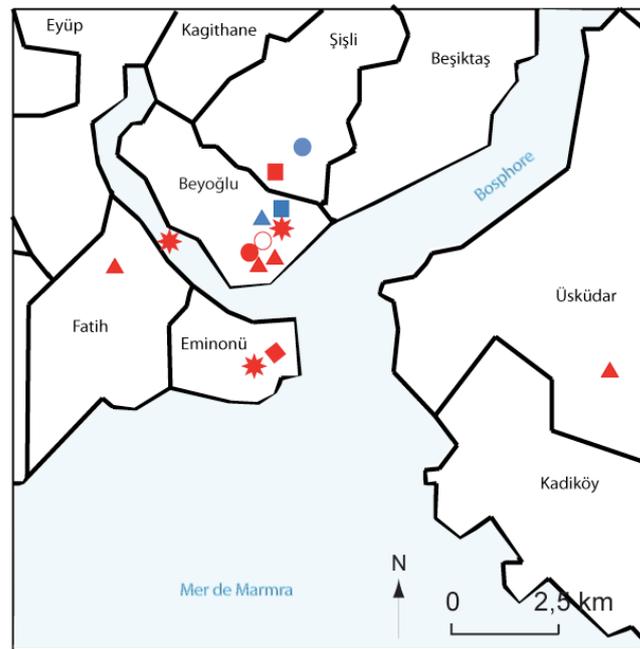
Figure 1 :



Structures culturelles municipales réparties sur l'ensemble du territoire métropolitain

- les théâtres municipaux, une institution délaissée par la municipalité
- ▲ les Centres culturels municipaux gérés par Kültür A.Ş., des structures fortement investies

Figure 2 :



Les lieux culturels municipaux du centre ville

Les lieux fortement investis par la municipalité

- ▲ Centres culturels municipaux gérés par Kültür A.Ş.
- ★ Places, rues, espaces d'eau
- Librairie de la municipalité
- Librairie Mephisto
- ◆ Galerie municipale de Taksim
- Salle d'exposition au Palais de Topkapı

Les vieilles institutions kémalistes délaissées par la municipalité

- ▲ Centre Atatürk
- L'Opéra et le ballet national d'Istanbul
- Salle de concert Cemal Reşit Rey

I.3. Entre hétérogénéité et cohérence : pourquoi parler de « politique culturelle municipale »

Le recensement des acteurs, des lieux, des activités nous permet d'affirmer qu'il existe bien une offre culturelle mise en place par la municipalité du Grand Istanbul et que l'on peut de fait parler d'action culturelle municipale. Mais celle-ci apparaît contrastée et difficilement cernable. D'abord sur le plan institutionnel, la situation n'est pas claire : deux services au moins, qui n'ont pas du tout le même statut administratif, s'occupent de l'organisation et de la gestion des activités culturelles. Le type d'activité et les lieux sont eux aussi très divers et aucun document récapitulatif n'existe pour aider au repérage de l'ensemble de l'offre.

La question qui se pose alors est celle d'un fil directeur, qui, au-delà de la diversité et de l'hétérogénéité, donnerait forme et cohérence à l'action culturelle municipale. Pour y répondre, il semble important de rappeler la distinction que nous avons faite entre les lieux culturels délaissés par la municipalité et ceux investis. D'une part parce que le choix des lieux délaissés est un signe, en creux, des choix faits par la municipalité dans le domaine culturel et d'autre part parce que, c'est dans les lieux investis que nous trouverons, en positif, les réalisations concrètes qui correspondent aux choix de la municipalité.

Partant de ces prémisses, il semble intéressant de s'intéresser à la conception de la culture qui innerve l'action culturelle municipale. C'est là en effet que nous trouvons les premiers indices d'une cohérence, ce qui nous permettra de parler de politique culturelle municipale à Istanbul.

I.3.1 Une conception nationale et essentialiste de la culture

I.3.1.1. La culture assimilée aux traditions

« Maintenant que je pense à toutes les actions culturelles qu’organise la mairie, il y a une chose qui m’apparaît : tous les événements font référence au passé. » Ce constat, fait par Zeynep Enlil, ne peut pas en effet échapper à quiconque s’arrête un peu sur l’ensemble des activités culturelles municipales. Or le moyen privilégié pour faire référence au passé est la mise en avant du « traditionnel ».

Dans le *Kültür sanat*, le qualificatif de traditionnel revient sans arrêt : concerts de musique turc traditionnelle, conférences sur les arts de l’architecture et de l’ornementation traditionnels, sur les arts traditionnels dans la civilisation turco-islamique³⁷. Il est parfois omis lorsque le spectacle ou l’activité est suffisamment explicitement traditionnel pour que l’on n’est pas besoin de rajouter le qualificatif : c’est par exemple le cas des spectacles de Karagöz, dont on précise pas qu’il s’agit de marionnettes traditionnelles, ou des lectures et conférences sur la poésie du Divan.

Le lien entre culture et tradition³⁸ est confirmé par la définition de la culture et du culturel qui nous est donnée à plusieurs reprises lors de nos entretiens.

Lors de l’une de nos rencontres avec un cadre de Kültür A.S.³⁹, et alors que nous nous entretenions de la « Fête de la tulipe », un événement dont nous reparlerons plus tard, nous lui posons la question :

- « - La Fête de la tulipe est-elle un événement culturel ?
- Oui, bien sûr. C’est une belle tradition de l’époque ottomane. »
- Quel était l’objectif de cette Fête de la tulipe ? Embellir la ville ? (*j’avais entendu ce genre d’interprétation*)
- *Un peu moqueur*, Oui, oui... *Reprenant son sérieux*, mais aussi informer les gens sur cette tradition. »

Cette réponse spontanée est intéressante parce qu’elle montre l’évidence, pour les gens travaillant dans les services culturels municipaux, du lien entre la définition du culturel et la

³⁷ Liste complète pages 48 et 49.

³⁸ Seuls échappent à cette idée les événements à caractère sportif : les rallyes de Formule 1³⁸, les démonstrations d’aviation³⁸, les démonstrations de mini golf³⁸.

³⁹ Premier entretien avec Altay Ünaltay.

tradition. Mais cette conception est partagée bien au-delà de la municipalité. Lors d'un entretien avec un cadre de la direction du Ministère du tourisme et de la culture pour Istanbul⁴⁰, nous lui demandons de donner sa définition de la culture. Après un temps de réflexion, il répond : « Ce sont toutes les traditions, toutes les religions, toutes les littératures, tous les arts et les artisanats qui existent en Turquie ».

Nous touchons là un point crucial : la tradition qui est évoquée est toujours la tradition nationale, du peuple turc. Dans le *Kültür sanat*, après l'adjectif « traditionnel » vient toujours l'adjectif « turc », ou sa variante, « anatolien ». Une troisième variante existe, le terme « ottoman », sur lequel nous reviendrons longuement dans la deuxième partie. Pour l'instant nous pouvons considérer qu'il renvoie à la même idée.

Cette association de la culture à une nation ne vaut pas que pour la Turquie mais pour chaque pays. Ainsi, les Japonais qui viennent présenter leur culture, feront des démonstrations et des expositions de calligraphie et d'origamis japonaises⁴¹, les Hollandais, tous blonds en chemise à carreaux, tailleront des sabots dans du bois⁴². Quoi de mieux pour représenter l'Espagne lors d'une fête culturelle, que des femmes dansant le flamenco et préparant de la paella⁴³ ! Cela n'est pas sans désespérer les directeurs d'Institut culturels étrangers dont la collaboration avec la municipalité est rendue très difficile de par ces malentendus sur la définition même de « culture »⁴⁴. Seul les peuples du Caucase ne sont pas différenciés selon leur pays mais présentés comme un groupe régional culturellement homogène. Mais cela a un sens bien particulier qui s'inscrit dans la logique panturquiste : il s'agit de montrer que ce sont avant tout des frères turcs.

⁴⁰ Entretien avec Ali Kelep, assistant du directeur du département « Istanbul » du ministère de la culture et du tourisme.

⁴¹ Espace « Japon » lors de la Fête de la tulipe, démonstration d'origamis sur l'Istiklal organisée par la mairie d'arrondissement de Beyoglu, le mercredi 29 mai 2007.

⁴² Espace « Hollande » lors de la Fête de la tulipe.

⁴³ Propos informels du directeur de l'Institut culturel espagnol à Alexandre Toumarkine.

⁴⁴ Entretien avec Zeynep Morali, chargée de projet à l'Institut culturel français d'Istanbul.



Planche 11 : Entrée de la tente japonaise lors de la Fête de la tulipe sur la place de Taksim (7/04/2007)



Planche 12 : A l'intérieur de la tente japonaise lors de la Fête de la tulipe sur la place de Taksim (7/04/2007)



Planche 13 : Concert de musique tatar sur la place de Sultanahmet (10/06/2007)

I.3.1.2. La culture comme outil d'identification à la communauté nationale

Le mot « tradition » nous vient du verbe latin *tradere* signifiant remettre ou transmettre. Cette étymologie rappelle l'idée centrale que véhicule le terme : l'idée de la transmission. Les traditions sont ces manières de faire, d'agir et de penser héritées du passé et transmises à l'identique de génération en génération. Elles se caractérisent par leur très grande stabilité et représentent la continuité, voire même l'immutabilité. Mais les traditions sont toujours aussi associées à un groupe restreint d'individus à qui elles sont singulières.

Assimiler la culture aux traditions, c'est donc concevoir la culture comme un héritage fixe et stable qui nous vient de nos parents, légué de génération en génération et qui est commun à toute la communauté à laquelle nous appartenons. C'est un système stable, un « bagage qui se transporte sans évoluer » selon l'expression de Denys Cuche [CUCHE, page 106]. La culture préexiste à l'individu, c'est un patrimoine considéré comme acquis une fois

pour toutes. Elle est pour l'individu un donné et non un construit. Elle n'est donc pas caractéristique de l'individu en propre mais de la communauté auquel il appartient et auquel il ne peut échapper puisque c'est à elle qu'il doit ses caractéristiques. C'est donc la culture qui fonde l'unité du groupe.

De cette vision de la culture est exclue ce qui est en français son sens premier, à savoir le développement des facultés de l'esprit, intellectuelles et artistiques permettant de développer l'esprit critique. On retient en revanche le sens que le mot prend plus tard lorsqu'il désigne l'ensemble des caractéristiques propres à un groupe d'hommes, à une communauté. De ce sens ethnologique, on retient une conception figée et essentialiste qui n'accepte pas l'idée de liens, d'interférences, d'influences entre les cultures, porteuses d'évolutions. Les différentes cultures sont considérées comme des entités autonomes, séparées, et figées une fois pour toutes dans les temps. Si elles reçoivent des influences, c'est qu'elles sont attaquées et, de fait, menacées.

Ce regard tend à confondre culture et identité. L'identité est alors définie selon une approche culturaliste qui s'efforce de déterminer les invariants culturels qui permettent de définir l'essence du groupe, autrement dit son identité « essentielle », elle-même quasi invariable. Toute identité culturelle apparaît comme consubstantielle à une culture particulière. Dans cette perspective, qui « assimile la culture à une « seconde nature », que l'on reçoit en héritage et à laquelle on ne saurait échapper [...], l'identité renvoie nécessairement au groupe originel d'appartenance de l'individu. L'origine, les « racines » selon l'image ordinaire, serait le fondement de toute identité culturelle, c'est-à-dire ce qui définirait l'individu de façon certaine, authentique. » [CUCHE, page 84]. L'individu, entièrement redevable à son groupe d'origine de ce qu'il est, ne peut que s'y identifier et difficilement s'en écarter.

Or ce groupe d'origine, est dans le cas turc, quasi exclusivement le groupe national, ce qui renvoie d'ailleurs au contexte d'élaboration de la culture comme ensemble des éléments distinctifs propre à une communauté : le mouvement des nationalités au XIX^e siècle. La communauté désignée est le peuple, sur lequel repose l'idée de nation.

Pour la municipalité, le terme de « culturel », n'a de sens que par référence à ce second sens. C'est celui qui légitime l'emploi du qualificatif « culturel ». Une activité, un spectacle n'est culturel que parce qu'il fait référence, parce qu'il est le témoignage de la culture nationale.

Cependant une activité culturelle ne peut recouvrir l'ensemble des traits caractéristiques qui sont censés définir la culture d'un peuple. L'adjectif culturel joue sur la polysémie du mot culture : il fait référence à son sens ethnologique particularisant tout en le restreignant à son sens noble, « cultivé ». Ainsi il est restreint essentiellement aux formes caractéristiques qu'ont pris les développements intellectuels et artistiques ainsi qu'à l'artisanat qui tient une place très importante dans le champs des traditions.

I.3.2 Eclairage historique

I.3.2.1 Une construction nationale encore jeune

Cette manière d'envisager la culture n'est pas propre à la municipalité du Grand Istanbul ni au parti qui en est à la tête, l'AKP. Elle est au contraire la conception la plus partagée en Turquie [MONCEAU, page 242]. Pour le comprendre, il faut sans doute rappeler une évidence qu'expose Jean-François Pérouse, dans un article sur la muraille d'Istanbul dans lequel il rend compte des difficultés de la municipalité à assumer le patrimoine byzantin : « la construction encore exclusive et jalouse de l'histoire nationale, dans un pays finalement jeune, né d'une douloureuse 'Guerre d'Indépendance' » [PEROUSE,].

La nation « est conçue comme une communauté large, unie par des liens qui ne sont ni la sujétion à un même souverain, ni l'appartenance à une même religion ou à un même état social » [THIESSE, page 12]. Elle repose sur l'idée de « peuple ». Mais le peuple, au même titre que la nation sont des abstractions. Nation et peuple ne sont donc pas des données mais des constructions, qui s'inscrivent dans une révolution idéologique historiquement datée. Le processus de construction nationale consiste alors à donner corps à l'idée de peuple en créant du lien national. Or, dès le départ ce lien est pensé comme transmission et partage d'un héritage. Ce qui fait la nation selon Renan, pourtant accrédité d'une conception non organique de la nation, c'est « un riche legs de souvenirs. [...] Le culte des ancêtres est de loin le plus légitime : les ancêtres nous ont fait ce que nous sommes. » Comme le dit justement Anne-Marie Thiesse, « l'objet du plébiscite, en fait, c'est un héritage, symbolique et matériel. Appartenir à la nation, c'est être un des héritiers de ce patrimoine commun et indivisible, le connaître et le révéler. Les bâtisseurs de nation, par toute l'Europe, n'ont cessé de le

répéter. Tout le processus de formation identitaire a consisté à déterminer le patrimoine de chaque nation et à en diffuser le culte. » [THIESSE, page 12].

Il n'a pas suffi d'inventorier le patrimoine identitaire, il a fallu l'inventer. Anne-Marie Thiesse rappelle la liste des éléments symboliques et matériels que doit présenter une nation digne de ce nom : « une histoire établissant la continuité avec les grands ancêtres, une série de héros parangons des vertus nationales, une langue, des monuments culturels, un folklore, des hauts lieux et un paysage typiques, une mentalité particulière, des représentations officielles – hymne, drapeau – et des identifications pittoresques – costumes, spécialités culinaires ou animal emblématique. » [*idem*, page 14]. Tous ces éléments forment la culture d'un peuple, à savoir ce qui permet de l'identifier, ce qui le rassemble et en même temps ce qui le différencie. Mais, avant d'être intériorisés, ils doivent être enseignés aux individus pour « leur faire savoir ce qu'ils sont, leur faire devoir de s'y conformer et les inciter à propager à leur tour tout ce savoir collectif » [*ibidem*]. Voici de quoi est très souvent investie en grande la politique culturelle dans les premiers temps de la construction nationale.

La Turquie ne fait pas exception à ce processus. Celui-ci est même sans doute impulsé plus qu'ailleurs par le pouvoir politique de manière autoritaire. En effet, quand la République turque est proclamée, en 1923, l'idée nationale turque est très récente ; l'idée nationale a en effet eu du mal à s'imposer là où dominait depuis des siècles l'idée impériale, étrangère à l'idée de peuple, d'ethnie, de nation⁴⁵. Pour diffuser le sentiment national et pour ancrer son régime, Mustapha Kemal s'appuie alors sur une véritable politique culturelle « conçue comme un instrument de conquête et de domination idéologique et étendue à tous les champs de la vie sociale par la création ou le développement d'institutions à caractère culturel dont la fonction est de promouvoir la pensée officielle du nouveau régime » [MONCEAU, page 227].

Ce sont ces référents identitaires nationaux, proclamés comme étant la culture turque, et dont la construction et l'inculcation sont encore relativement récentes, qui, jalousement gardés, innervent la politique culturelle.

⁴⁵ « En fondant un Empire qui avait pris le nom de son fondateur (Osman en turc, Othman en arabe, d'où Osmanli ou Ottoman) et acharnés à conserver jusqu'au bout cet Empire, les Turcs avaient renoncé à une revendication nationale. Tout se passait comme s'il y avait consensus sur l'absence d'une nation turque. Tout au plus des réformateurs ottomans[...] commencèrent à militer pour une nation ottomane [...] » [YERASIMOS, 1994, page 37].

I.3.2.2. Les années 1980

Après la mort d'Atatürk, la politique culturelle se fait moins insistante : « cette vision partisane de la culture, véhiculée pendant près d'un quart de siècle par une politique culturelle dirigiste, s'atténue sous l'effet du processus de démocratisation initié au lendemain de la mort d'Atatürk [...] » [MONCEAU, page 228]. D'autre part, les priorités politiques ayant changé, moins de moyens sont consacrés à la politique culturelle. Il faut aussi rappeler que la politique culturelle kémaliste, bien qu'ayant pour but la diffusion du sentiment national et accordant à ce titre une grande place aux « traditions anatoliennes », était marquée par une ambiguïté. Le pendant de la nationalisation, notion européenne, est la modernisation, dont le modèle est occidental. La politique culturelle est donc traversée par ces deux ambitions : la diffusion du sentiment national, mais aussi la diffusion de la culture occidentale. C'est pourquoi Atatürk met un point d'honneur à faire venir en Turquie les institutions culturelles occidentales telles que l'opéra, le ballet, les orchestres symphoniques.

Dans les années 1980, la vision de la culture se recentre autour de l'identité nationale. Nicolas Monceau l'explique comme étant « l'effet conjugué de la synthèse turco-islamique, idéologie nationaliste diffusée au sein de la société turque depuis une décennie et de l'Etat qui lui a donné une impulsion institutionnelle en définissant des politiques culturelles spécifiques et en mettant en place des institutions chargées de les appliquer. » [*idem*, page 242]. La politique culturelle actuelle de la municipalité s'inscrit donc dans ce courant⁴⁶ ce qui explique en partie le délaissement des institutions kémalistes calquées sur le modèle occidental.

⁴⁶ Nous reviendrons sur ce courant dans la deuxième partie, pages 58 à 61.

Deuxième partie :

La politique culturelle municipale, un travail sur l'identité et l'imaginaire ottomans de la ville

Dans la première partie, nous avons montré qu'il existe une politique culturelle municipale à Istanbul conçue à partir d'une vision figée et restreinte de la culture qui assimile culture et identité, elle aussi entendue dans un sens restreint. Dans ce contexte, la politique culturelle est avant tout pensée comme un instrument au service d'un projet politique de construction identitaire. Comme nous l'avons vu, cette vision n'est pas neuve en Turquie et n'est propre à aucun parti; elle fait au contraire consensus dans la société. C'est elle qui a guidé l'action de Mustapha Kemal à partir des années vingt dans le domaine culturel pour construire une identité turque exclusive et un sentiment d'appartenance à la nation turque, une et indivisible. Depuis la création de la République turque, toute activité culturelle est donc censée manifester l'identité nationale turque. A ce titre, les manifestations organisées par la municipalité d'Istanbul ne font pas exception : la référence à la culture turque, manifestation de l'identité turque, est sans cesse rappelée.

Cependant, comme nous l'avons noté dans l'introduction, il nous semble que la politique culturelle municipale stambouliote se distingue à deux niveaux. Tout d'abord, la municipalité du Grand Istanbul fait preuve d'un intérêt pour une construction identitaire locale et non simplement nationale, encourageant l'existence d'un second niveau d'appartenance, l'appartenance à sa ville. D'autre part, elle accorde une très large place au passé ottoman de la ville - mais aussi par extension de la nation - alors que celui-ci avait été pendant des décennies volontairement négligé, la République kémaliste l'ayant exclu de l'Histoire nationale turque. Cette référence a, dans le contexte turc contemporain, une signification politique : changer l'Histoire nationale, c'est développer une autre conception de la République et de l'identité turque. Anne-Marie Thiesse nous le rappelle justement :

« L'existence d'un héritage commun, mythe nécessaire, fait rarement l'objet d'une mise en cause : c'est sa composition qui varie selon les options politiques et dans le temps. Les conflits peuvent de ce fait se traduire par des controverses sur la composition du

patrimoine, des ajouts ou des retranchements dans cet ensemble éminemment plastique. » [THIESSE, pages 16-17].

Dans cette perspective, la réactivation de l'héritage ottoman par la municipalité du Grand Istanbul à travers sa politique culturelle vise à infléchir les représentations que les Stambouliotes se font de leur ville, mais surtout, plus largement, de leur pays et de l'identité turque. Les édiles utilisent le cadre local d'Istanbul, particulièrement approprié il est vrai, mais leur ambition correspond à un projet politique qui dépasse le cadre local.

Notre travail, dans cette deuxième partie, insistera particulièrement sur ce que nous avons désigné comme la seconde caractéristique de la politique culturelle municipale : nous nous intéresserons à la diffusion d'une identité ottomane à la ville et à la volonté d'orienter, d'induire, de changer les représentations que les habitants ont de leur ville. Ainsi, ce qui est principalement en jeu, c'est l'identité d'un territoire, à savoir les attributs pensés et donnés spontanément comme caractéristiques de cet espace par ses habitants ou des personnes extérieures. Mais, nous ne nous intéressons pas aux représentations ou à l'identité réelles d'Istanbul et de ses habitants. Nous nous intéressons au projet d'une équipe municipale à un moment donné pour influencer sur l'identité urbaine et notre objet n'est pas d'évaluer, de rendre compte de l'efficacité réelle d'un tel volontarisme politique. Nous insistons donc fortement pour rappeler à propos de la manière dont nous envisageons les représentations, ce qu'Etienne Copeaux dit au sujet de son travail sur la mémoire collective : « les observations que nous avons pu faire portent non pas sur la mémoire collective réelle de la population turque mais sur celle que les destinateurs voudraient former. » [COPEAUX, page 230]. Notre travail s'intéresse donc aux représentations projetées sur un espace par l'instance politique qui le gère. Or, ces représentations ont une signification, un objectif politique, pour ne pas dire idéologique : dans cette perspective, nous considérons donc l'espace comme un média à travers lequel peuvent être diffusées des valeurs.

Nous n'en oublierons pas cependant l'autre dimension caractéristique de la politique culturelle municipale. Nous traiterons de la manière dont sont envisagés les rapports entre identité nationale et identité locale de façon ponctuelle, au fil du développement. Dans un pays très centralisateur, où l'échelle nationale a toujours primé, qui considère les identités parallèles comme des identités perturbatrices, et où l'idée d'identité multiple n'a pas de sens, cette question semble en effet intéressante et pourrait mériter une étude à part entière. D'autre part, nous reviendrons en détail sur la peur du délitement identitaire qui habite une partie des

Stambouliotes et de leurs dirigeants. La taille de la ville, son importance tant démographique qu'économique, est aussi un élément important pour comprendre cette recherche d'identité propre, manifestation d'une certaine autonomie et indépendance.

Pour comprendre notre démarche, exposons quelques-uns de ses présupposés. Nous partons de l'idée selon laquelle l'identité spatiale est travaillée par les édiles car elle constitue un enjeu politique : l'espace, qui doit être conçu comme un média à part entière, est un vecteur d'identité collective et une des dimensions de l'identité sociale. Guy Di Meo et Pascal Buléon sont éclairants sur ce point : « la production d'identité collective, qu'elle soit de nature sociale ou géographique (régionale, nationale par exemple) s'avère aussi un puissant outil au service du pouvoir. Ainsi, la territorialisation stricte d'une identité sociale permet d'exercer plus aisément un contrôle politique sur le groupe qui la partage. » [DI MEO, BULEON, page 47]. L'espace territorialisé joue un rôle majeur dans la production d'identité collective : « il revêt l'apparence, l'exemplarité d'une réalité que l'on veut concrète, pleine et tangible. [...] Le territoire incorporé au processus d'identification d'une collectivité offre au pouvoir politique qui la gouverne l'opportunité d'une mise en scène efficace, d'une affirmation de légitimité. Tout simplement parce que le territoire forme la figure visible, sensible et lisible de l'identité sociale. [...] La mise en scène politique et idéologique des territoires, y compris dans son acception strictement personnelle participe donc pleinement à la concrétisation efficace et parlante de l'idée d'identité, y compris dans son acception strictement personnelle et sociale » [*idem*, page 47-52]

Notre étude s'intéresse donc aux rapports entre espace, représentations, pouvoir, et idéologie⁴⁷. Nous donnons du crédit à l'idée selon laquelle, fabriquer de l'identité socio-spatiale est propice à la légitimation du pouvoir politique et est donc un objet d'attention important pour ces derniers. Dans le cas de la municipalité du Grand Istanbul, il s'agit de s'assurer de son autorité sur un territoire qui reste flou et mal défini du fait de ses incessantes

⁴⁷ Selon Bernard Debardieux, auteur du chapitre sur « Les problématiques de l'image et de la représentation en géographie » dans le manuel d'Antoine Bailly *Les concepts de la géographie humaine*, cette problématique politique en géographie a émergé suite au développement, dans les années soixante-dix, de la géographie sociale s'intéressant aux phénomènes de différenciation et de domination sociale dans l'espace. Elle s'est aussi nourrie de « l'influence de la méthode sémiologique et de l'apport critique du marxisme ou de philosophes comme M.Foucault » [BAILLY, page 204]. Les ouvrages de référence de la géographie politique (très différente de la géopolitique) cités sont ceux de J.Gottman – *La politique des Etats et leur géographie*, 1952, Colin, Paris -, et de C.Raffestin – *Pour une géographie du pouvoir*, 1980, Litec, Paris.

recompositions⁴⁸, mais aussi de la légitimation et du renforcement d'une idéologie politique en plein essor.

Loin de nous cependant l'idée selon laquelle l'instance politique présiderait de manière exclusive, ou même dominante, à la naissance, puis au développement de toute représentation sociale, de toute identité collective. Avec Guy Di Méo, nous estimons que « l'instance politique n'est que l'un des protagonistes majeurs intervenant dans le creuset territorial » [DI MEO, tout seul, page 248]. De même, nous ne sommes pas en train de dénoncer et de condamner l'action manipulatrice des instances politiques : nous constatons simplement son ambition dans le processus de construction d'identité qui, loin d'être spécialement négative participe à la « transformation de l'espace géographique en espace social, en lieux et en territoires. » [DI MEO, page 56]

Nous n'utiliserons pas le concept d' « idéologie spatiale » ou « territoriale » formulée par Anne Gilbert puis reprise par nombre de géographes⁴⁹. Celui-ci s'appuie sur une définition très large de l'idéologie, comme ensemble des valeurs, des croyances, des mythes qui habitent notre esprit et qui constituent les fondements de notre vie sociale. L'idéologie spatiale est entendue comme structuration globale du « système de représentation qui s'établit entre un groupe et l'espace ». Pour Anne Gilbert, c'est un « lieu de signification », et non « un outil social » [GILBERT, page 58]. Nous nous en tiendrons pour notre part à une définition plus restreinte et cantonnée à la sphère des idées et de conviction. Ces idées non seulement sont des guides pour l'action mais, en plus, elles poussent à agir.

Notre problématique générale dans cette partie, nous le rappelons, consiste à rendre compte de la volonté de la municipalité du Grand Istanbul de diffuser une identité ottomane à la ville. La municipalité tente d'influer sur les représentations, de les infléchir, de les suggérer. Cette ambition se fait dans un contexte où dominant la peur d'un délitement de la ville et le sentiment d'un déficit d'identité. Une des priorités de la municipalité est donc de créer de l'identité, de l'identification à sa ville. Avant de commencer l'analyse proprement dite, il nous faudra donc donner des jalons d'explication à l'importance pour la municipalité de ces deux ressorts et expliquer en quoi la référence à l'Empire ottoman a une signification

⁴⁸ La croissance démographique et l'étalement spatial d'Istanbul oblige à fréquemment redéfinir les frontières de la ville, à créer de nouveaux découpages institutionnels comme par exemple la création de nouvelles municipalités d'arrondissement par divisions d'anciennes [PEROUSE, 1998, page 5].

⁴⁹ Comme c'est le cas dans celui de G.Di Méo, *Géographie sociale et territoire*, le concept d'idéologie spatiale fait aujourd'hui souvent l'objet d'un chapitre entier dans les manuels de géographie sociale ou culturelle.

politique dans le contexte turc contemporain et en quoi la peur du délitement est un sentiment mobilisateur chez les Stambouliotes et constitue de fait une priorité politique pour la municipalité.

Une fois ces jalons posés, nous tenterons de répondre à la problématique générale à partir de l'observation et de l'analyse de plusieurs activités culturelles mises en place par la municipalité. A travers ces exemples, nous développerons des points qui nous paraissent avoir une force de démonstration concernant la problématique. Il s'agira de montrer :

- comment la municipalité tente de créer des liens affectifs avec la ville et de susciter de la fierté en faisant connaître l'histoire de la ville
- comment elle oriente la perception de l'espace vécu en créant des repères choisis dans l'espace urbain
- comment elle revalorise certains lieux et tente de recomposer des centralités
- comment elle ponctue l'espace urbain de références et de symboles
- comment elle recrée des traditions très éloignées de la réalité historique et diffuse ainsi des mythes

II.1. Un contexte marqué par un enjeu identitaire et politique

Avant d'en venir à la mise à l'épreuve proprement dite de ma problématique à travers l'observation et l'analyse, il convient de s'attarder sur deux éléments essentiels à la construction de cette problématique, sans quoi celle-ci ne peut être véritablement comprise.

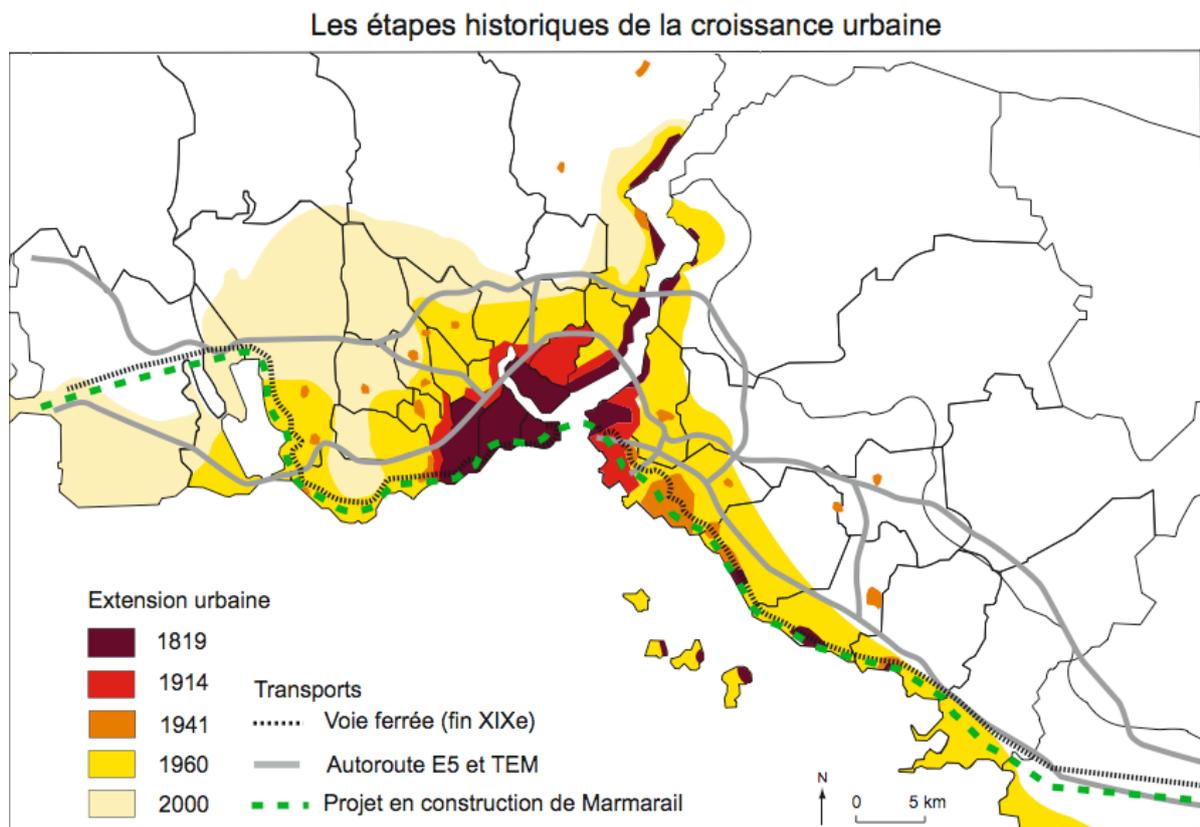
II.1.1. L'identité stambouliote, un enjeu pour les responsables municipaux

La ville d'Istanbul, expression généralisante par laquelle on inclut la municipalité mais aussi les habitants dans leur ensemble, est hantée depuis plusieurs décennies par le risque du délitement et de la perte de cohérence qui seraient générés par l'absence d'un sentiment d'appartenance à la ville de la part des « nouveaux venus » ainsi que par leur manque de savoir-vivre urbain. Un des objectifs de la municipalité du Grand Istanbul est donc d'encourager, voire de générer, un sentiment d'appartenance des habitants à leur ville.

II.1.1.1 Le contexte démographique et la stigmatisation des « nouveaux venus »

Istanbul est une ville d'au moins dix millions d'habitants⁵⁰ qui n'en comptait qu'un peu plus d'un million à la fin de la seconde Guerre mondiale. De fait, 37,3% de la population est née à Istanbul [DELI, PEROUSE, page 19]. Cette croissance fulgurante après les années cinquante, deux fois supérieure à la moyenne nationale, ne résulte pas de l'accroissement naturel, le taux de fertilité des femmes ayant tendance à diminuer. Elle est le fait d'un fort exode rural, particulièrement massif entre 1950 et 1955, 1970 et 1975, puis après 1990 [DELI PEROUSE, page 23].

Figure 3 :



(carte tirée du mémoire de Violaine Paton, *Métropolisation et production de l'espace urbain, Les cités satellites, une urbanisation alternative en périphérie d'Istanbul*, sous la direction de Brigitte Dumortier, Master GAELE Aménagement et urbanisme, Paris-La Sorbonne (Paris IV), septembre 2007)

⁵⁰ D'après le recensement d'octobre 2000.

Depuis les premières vagues d'arrivées, les nouveaux venus font l'objet de préjugés et sont stigmatisés par la population stambouliote établie depuis plus longtemps. Cette stigmatisation s'intensifie à mesure que la ville grossit et que les problèmes urbains s'accumulent - ou que les exigences s'accroissent. Les nouveaux venus sont présentés comme une menace, un fléau pour la ville : ils la dénatureraient tant sur le plan esthétique que sur le plan de la qualité de vie. Ils sont perçus comme des constructeurs de *gecekondu* - maisons auto-construites et illégales -, des personnes qui ne connaissent pas les règles de l'hygiène et qui, acceptant des salaires de misère, prennent le travail des autres. D'autre part, ne se considérant pas comme Stambouliotes, ils n'apporteraient rien à la ville, la pillant et l'exploitant pour investir dans leur région d'origine. Ils sont donc en somme responsables de tous les maux de la ville : problèmes économiques du chômage, problème d'urbanisme et problème de propreté. La méfiance se mêle de fait à un mépris du citadin pour les ruraux, rustres campagnards qui ne partagent pas le même savoir-vivre. La peur est grande de voir Istanbul « se peupler sans s'urbaniser » ; la ville serait atteinte de « mal-urbanisation » et de ruralisation, les périphéries constituant une accumulation de petits villages, à l'image de ceux quittés par les ruraux [DELI, PEROUSE, pages 2 à 5].

Cette vision, qui s'accompagne très souvent d'un discours nostalgique sur Istanbul, a longtemps été le fait de la vieille bourgeoisie stambouliote. Celle-ci n'en a pourtant depuis bien longtemps plus l'exclusivité, le discours ayant été repris par ceux qui en avaient été les victimes quelques décennies plus tôt. Le quotidien *Cumhuriyet* rapporte par exemple les propos d'Erdoğan, Premier ministre actuel, tenus le 1^{er} février 2007 devant 79 préfets réunis à l'hôtel Sheraton, à l'occasion de la réunion des *vali*, pour le soutien aux infrastructures villageoises. Il déplore le fait que les villes soient devenues des grands villages à cause des migrations internes, et s'exclame à l'adresse de ceux qui seraient candidats à une installation en ville: « As-tu un toit là-bas? - As-tu un travail? - Pourquoi viens-tu à Istanbul? - Et si tu n'as pas tout cela, pourquoi es-tu venu? ». À croire qu'il a oublié sa propre histoire familiale et celle de nombre de ses proches, remarque *Cumhuriyet*⁵¹. Erdoğan est en effet lui-même fils de migrants arrivés à Istanbul dans les années cinquante. En 1996, c'est lui, alors qu'il était maire d'Istanbul, qui avait pour la première fois proposé l'idée d'un « visa d'entrée »; depuis, cette idée est reprise régulièrement par les hommes politiques ou les médias. Totalement

⁵¹ Article traduit dans la *Lettre de l'OUI* n°28 du 31 mars 2007, page 24, rubrique « Population, religion, santé ».

irréaliste, elle est sûrement le meilleur exemple du phantasme dont font l'objet les migrations vers Istanbul, ainsi que de ses récupérations politiques.

Depuis 1999, la municipalité du Grand Istanbul tient, selon les auteurs, un discours plus optimiste sur les migrants qui insiste sur la « mosaïque stambouliote ». Istanbul constituerait un résumé ethno-culturel de la Turquie dont la diversité de ses cultures serait un atout à valoriser.

II.1.1.2. Le défi de l'intégration

Cependant, l'intégration à la ville reste l'obsession majeure. Le politique doit construire un sentiment d'appartenance des habitants à leur ville qui assure une unité à un territoire étalé et aux frontières floues. C'est dans ce cadre qu'elle a lancé par exemple une grande campagne d'affichage à partir de 2003: les affiches, disposées un peu partout dans la ville représentaient des personnes souriantes et avaient pour slogan « Ben Istanbulum », « Moi, je suis d'Istanbul ». Ce slogan fonctionne comme une suggestion directe : il s'agit de faire prendre conscience que l'on peut se sentir des racines à Istanbul et en être suffisamment fier pour le revendiquer. Que vivre à Istanbul est une particularité que je partage avec certains et qui nous différencie des autres et qu'en ce sens, « être d'Istanbul » est une identité. Car l'identité, formée à partir du terme latin *idem*, le même, désigne à la fois ce qui est propre et ce qui singularise, ce qui inclut et ce qui exclut. Cette campagne d'affichage a pris fin en 2006. Mais la campagne se poursuit sous d'autres formes. On retrouve par exemple sur les



Planche 16 : Le livre *Ben Istanbulum* (*Moi, je suis d'Istanbul*) dans la vitrine de la librairie Atatürk (20/05/2007)

étalages de la librairie municipale un livre intitulé *I'm Istanbul, Ben Istanbulum*. D'autre part, lors des discours d'allocution aux manifestations organisées par la municipalité auxquelles nous avons assisté le discours des hommes politiques de la municipalité s'adressant aux habitants nous remarquons le poids donné aux termes « Istanbul ! », « Istanbulum ! », « Istanbulu ! » (« Stambouliote ! »). Nous l'avons particulièrement remarqué lors de la commémoration

de la Conquête⁵². Ceci peut paraître anecdotique ; pourtant, pour un spectateur étranger, cette insistance était surprenante et c'est pourquoi nous le faisons remarquer ici. Cela nous a paru assez caractéristique pour le rattacher à cette volonté de construire un sentiment d'appartenance des habitants à leur ville.

II.1.2. L'enjeu politique de la mise en avant de l'héritage ottoman

La référence à l'Empire ottoman pourrait sembler naturelle dans une ville qui en a été la capitale pendant toute la vie de l'Empire, soit sur plus cinq siècles et demi. Pourtant, elle est très récente. En effet, le rapport de la République turque, fondée en 1923 par Mustapha Kemal, avec l'Empire est complexe et a longtemps été fait de rejet. Dans le contexte actuel, sa réapparition n'est pas dénuée de signification.

II.1.2.1. Le rejet de l'Empire ottoman par l'historiographie républicaine kémaliste

Dès le début de la République, l'Empire ottoman est banni de l'historiographie officielle kémaliste qui voit en lui un régime décadent, cosmopolite, conservateur et réactionnaire⁵³. Ce sont deux idées du gouvernement politique qui entrent en contradiction : l'idée d'empire ne conçoit pas celle de nation⁵⁴ alors que la République se construit justement à partir de ce concept majeur. L'Empire a donc été néfaste car il a dilué la nation turque avec toutes sortes d'autres peuples, ce qui l'a mené à sa perte. D'autre part, l'Empire ottoman - l'Empire califal - justifie sa légitimité par le religieux, tandis que la République proclame la laïcité. La doctrine officielle républicaine insiste donc sur l'histoire de la nation turque avant l'Empire. Celle-ci aurait des origines millénaires que des historiens officiels sont chargés de

⁵² Il s'agit de la commémoration de la prise de Constantinople par les Ottomans le 29 mai 1453. Nous reviendrons en détail sur cet événement à partir de la page 65.

⁵³ « En Turquie, la conscience nationale et l'historiographie du XX^e siècle se sont formées par opposition à l'empire ottoman finissant, qui était, à ce moment-là de l'histoire, l'objet d'une campagne de dénigrement déjà ancienne » [COPEAUX, page 33]. Cette « campagne de dénigrement » fait référence à l'image de l'Empire que l'Occident lui renvoie depuis plusieurs siècles et dans laquelle il l'enferme : « L'important est que, entre la fin du XVI^e siècle et le début du XVIII^e siècle, le Turc cessera d'être un modèle pour servir de repoussoir [...] On passera du Turc admiré tant qu'il est craint au Turc d'autant plus haï qu'il est méprisé. » [YERASIMOS, page 30] L'image du Turc est celle du barbare, sauvage et frustré.

⁵⁴ Voir la note n°45.

retrouver, après le flou et la dilution causée par l'Empire. C'est ainsi qu'est fondée en 1931 la Türk Tarih Tetkik Cemiyeti (TTTC, *Société de recherches sur l'histoire*), institution directement contrôlée et prise en charge par le régime kémaliste. Sa première mission est la rédaction de nouveaux manuels scolaires turcs dans lesquels elle expose les théories historiques sur l'origine et le développement du peuple turc, théories reprenant en grande partie les thèses élaborées dès le dernier tiers du XIX^e siècle par les savants appartenant au courant nationaliste « turquiste ». Celles-ci sont des plus farfelues : l'objectif est de montrer que toutes les civilisations antiques, en Inde, en Egypte, en Mésopotamie, en Chine, en Grèce, se sont développées grâce à l'arrivée des Turcs, qui les tirèrent de l'obscurité dans laquelle elles étaient plongées auparavant [COPEAUX, pages 60 à 65]. Les travaux de ces historiens s'appuient sur des recherches archéologiques ; mais celles-ci étant difficiles à conduire et n'apportant pas toujours les résultats escomptés, les recherches se tournent vers la linguistique des langues anciennes, « se prêtant mieux aux interprétations abusives » [*id.*, page 70]. Les chercheurs élaborent alors une « théorie de la langue solaire » qui « peut se résumer ainsi : une langue naturelle, primitive, serait née des onomatopées des premiers hommes ; parmi ceux-ci, les premiers à avoir ressenti la nécessité d'un langage furent les Turcs, qui auraient formé leur premier mot pour désigner le soleil ; toutes les langues du monde proviendraient de cette langue mère grâce aux migrations des peuples d'Asie centrale. » [*ibidem*].

L'historiographie kémaliste des années trente insiste donc sur la rupture totale que constitue la création de la République par un seul homme, Mustapha Kemal. De fait, toute référence à l'Empire ottoman est interdite, sauf quand il s'agit de le blâmer.

L'Etat kémaliste est un régime futurocentré : il s'agit de fonder une société nouvelle en rupture avec son passé. Dans cet esprit, Mustapha Kemal⁵⁵ met sur pied une véritable politique culturelle qui a pour objectif la substitution rapide d'une nouvelle culture, la culture

⁵⁵ Nous adoptons consciemment durant tout ce paragraphe la troisième du singulier. Cela ne signifie pas que nous adhérons à une lecture hyper personnalisée de la période des années vingt et trente. Nous adoptons en fait la forme de narration dominante dans le récit kémaliste traditionnel sur les origines de la République. Cette forme panégyrique et centrée sur un seul homme est d'ailleurs adoptée par des historiens français appartenant à la génération des années soixante et soixante-dix. Dressant un portrait de Mustapha Kemal dans un ouvrage de 2004, Robert Mantran, auteur quasi incontournable dans l'historiographie française sur la Turquie, écrit : « Désormais, Mustapha Kemal se consacre à sa gigantesque tâche : l'édification de la Turquie nouvelle. Pendant quinze ans, il n'a d'autre but que libérer la Turquie et ses habitants de leurs entraves séculaires et les amener à un niveau avancé de civilisation matérielle, sociale et intellectuelle. Il faut pour cela rompre nettement avec le passé, heurter les traditions, choquer les esprits, bouleverser les conceptions : autant de problèmes, de difficultés, que, seul, il peut surmonter, d'abord par la force de son caractère, la puissance de sa personnalité, ensuite par le soutien quasi unanime de la population à son libérateur. » [ROY, pages 124 et 125].

occidentale, à l'ancienne, la culture ottomane. La première est synonyme de modernité tandis que la deuxième est synonyme de réaction. La diffusion de musique ottomane à la radio par exemple est interdite quelques années. Parallèlement, la République importe toutes les grandes et prestigieuses institutions culturelles occidentales : le ballet, l'opéra, le théâtre, l'orchestre symphonique. Cette politique culturelle est à mettre directement en lien avec la conception holiste que Mustapha Kemal se fait de la modernisation, objectif premier qu'il s'est donné pour l'Etat-nation naissant : le volet industriel et économique de la modernisation n'est pas dissociable de son volet social et culturel. La modernisation doit être pensée et entreprise comme un tout et elle doit toucher la société turque en profondeur. Or cette modernisation passe nécessairement selon lui par une occidentalisation. Il faut donc changer de culture et adopter cette culture occidentale d'importation qui ouvrira la voie de la modernité. La culture est un instrument révolutionnaire de transformation de la société.

En revanche, la politique culturelle met aussi en avant les traditions populaires et rurales anatoliennes. Tout un travail de redécouverte et de récolte du patrimoine vivant est fait et notamment des chants populaires anatoliens, phénomène classique dans le processus de construction nationale [THIESSE, pages 180-182]. Bela Bartok qui avait commencé à collecter les airs traditionnels en Hongrie, son pays natal, fait un séjour en Turquie en 1934 avec le même objectif [*idem*, page 184]. Ce sont ces traditions qui doivent constituer le socle de l'identité culturelle du peuple turc. La culture ottomane, elle, est urbaine et elle a trahi le peuple turc – au figuré comme au sens propre puisque la signature de l'armistice puis du traité de paix (Traité de Sèvres) en août 1920 sont vécues comme une trahison. Mustapha Kemal reviendra d'ailleurs rarement à Istanbul qu'il a dégradé de son rang de capitale politique pour s'installer dans une ville beaucoup plus rurale au cœur de l'Anatolie.

II.1.2.2. Une réintégration progressive de l'Empire ottoman dans l'histoire nationale à partir des années quatre-vingt

Il est cependant important de nuancer la « provocation » que serait, au vue du paragraphe précédent, la réintroduction de la référence à l'Empire ottoman. En effet, il ne faudrait pas penser que la mise en valeur de l'Empire ottoman est perçue comme un affront

direct à Atatürk⁵⁶. Comme cet homme que nous avons rencontré dans le bus au retour de la commémoration de la Conquête qui avait lui-même été conquis par le spectacle alors qu'il était visiblement opposé au port du voile, laïc et « kémaliste », beaucoup de « kémalistes » ne sont pas choqués par cette célébration qui devient une célébration nationale et qui séduit leur nationalisme. L'Empire renvoie pour eux au passé glorieux de la Turquie. Car depuis la mort d'Atatürk en 1938, beaucoup de représentations se sont modifiées et le kémalisme lui-même a beaucoup évolué et s'est diversifié.

Etienne Copeaux met en évidence une « lente évolution de la mort d'Atatürk à nos jours [qui] conduit à la formation d'une historiographie intégrant mieux les valeurs et le passé musulman. » [COPEAUX Etienne, page 75]. Etienne Copeaux fait référence ici à une historiographie largement influencée par un courant nationaliste désigné sous le terme de « synthèse turco-islamique » qui produit sa propre historiographie. Cette dernière, comme toutes les historiographies précédentes depuis 1923, n'a aucune base scientifique et est avant tout au service d'une idéologie. Il s'agit de montrer la nécessité et la réciprocité du lien entre l'islam et le peuple turc (la nation turque ?). Etienne Copeaux résume ainsi ce lien : « l'islam a transcendé la culture turque, qui, sans lui, n'aurait pas survécu, mais la culture turque a protégé et fortifié l'islam, qui, sans elle, se serait sclérosé. » [*idem*, p 78]. Le peuple turc est le véritable foyer de l'islam, bien plus que le peuple arabe, bien que ce soit ce dernier qui ait reçu la révélation. La doctrine insiste beaucoup sur le XI^e et le XII^e siècles, période de l'adoption de l'islam par les Turcs⁵⁷. L'Empire ottoman, quant à lui, est la continuation et le point d'apothéose de cette formidable histoire qui commence entre l'Islam et les Turcs. Cette doctrine ne devient jamais sous sa forme aboutie l'historiographie officielle de la République. Cependant, après le troisième coup d'Etat, à partir des années quatre-vingt, elle innerve largement les manuels scolaires, miroir de l'historiographie officielle selon Etienne Copeaux.

On comprend donc que, si le retour de la référence à l'Empire ottoman est une entorse à la volonté de Mustapha Kemal, « père de la nation turque » et de la République laïque, cela est loin de signifier une ambition de s'affranchir du nationalisme construit par la République. Bien au contraire, l'exaltation de l'Empire va de pair avec l'exaltation du nationalisme. Ainsi,

⁵⁶ Atatürk, fondateur de la République, fait l'objet aujourd'hui encore d'un véritable culte de la personnalité.

⁵⁷ Les Turcs, c'est-à-dire un peuple turcophone, viennent d'Asie centrale, de la région de l'Altaï – la langue turque est pour cette raison dite langue altaïque. A partir du X^e siècle, ils s'étendent jusqu'à l'Iran où ils adoptent l'Islam puis s'installent en Anatolie à partir du XII^e siècle. [ROUX, pages 22 et suivantes].

lors de l'anniversaire de la conquête d'Istanbul en 1453 par les Ottomans, les spectateurs ont agité leur drapeau avec ferveur durant toute la durée du concert de fanfare ottomane. On ne retient donc plus que l'aspect prestigieux de l'Empire qui vient renforcer la gloire de la nation turque.

Un deuxième élément, qui n'est pas forcément lié au précédent, est important à signaler pour nuancer la « provocation » que pouvait sembler constituer la revalorisation de l'Empire. Il s'agit d'un courant de renouveau historiographique à l'intérieur du milieu universitaire et scientifique turcs. Celui-ci revient sur le caractère prétendument *ex nihilo* de la formation de la République pour montrer au contraire les continuités entre l'Empire ottoman et la République. Ainsi, la rupture kémaliste est aujourd'hui largement nuancée par les travaux récents, qui mettent en évidence que la plupart des réformes kémalistes s'inscrivent dans une continuité historique avec les réformes de modernisation et d'autonomisation vis-à-vis du pouvoir séculier entreprises par l'Empire à partir du XVIII^e siècle mais aussi avec certaines de ses traditions politiques. Ainsi, Elise Massicard, disant du jeune Etat turc qu'il « se veut titulaire exclusif des affaires religieuses et l'autorité ultime en la matière », fait remarquer que « cela n'est pas sans rappeler, ironiquement, une tradition ottomane, car, sur la longue durée, les réformes kémalistes apparaissent comme une étape dans le processus de domestication de l'islam par l'Etat. Par rapport à l'Empire ottoman, la prétention de l'Etat à monopoliser le religieux se renforce même sous la République. » [MASSICARD, page 57].

Parallèlement à cette production scientifique, on assiste à l'essor de toute une production littéraire de romans historiques qui se déroulent sous l'Empire ottoman. Le plus vendu en Turquie et le plus célèbre à l'étranger est celui d'Orhan Pamuk, *Mon nom est rouge*⁵⁸. Il faut le resituer dans une vague et un engouement littéraire en Turquie : chaque

⁵⁸ Il faut cependant remarquer que *Mon nom est rouge* fait figure d'exception dans l'œuvre d'Orhan Pamuk puisque c'est le seul roman historique qu'il a jamais publié. En prenant la forme d'une intrigue policière, ce livre évoque le milieu des miniaturistes qui travaillent pour le « Grand atelier » du sultan. Or au centre de l'intrigue principale, se trouve l'introduction, inédite et secrète dans un livre de miniatures, d'un portrait du sultan sur le modèle européen. Deux conceptions de l'art pointent alors. L'une, défendue par la tradition islamique, conçoit l'art comme la représentation idéale du monde. L'art parfait serait celui qui montre le monde tel que Dieu le conçoit. Selon la seconde, qui s'impose en Europe au moment de la Renaissance, la peinture doit représenter les choses telles qu'on les voit, avec à la fois toutes leurs imperfections et leur unicité. Autour des questions du portrait, du style ou de la signature, très présentes dans ce livre, se pose bien sûr la question du statut de l'individu. Ce livre est donc l'occasion d'une réflexion sur les différences qui existent dans la vision de l'art et du monde entre deux cultures ; mais c'est aussi une réflexion sur les échanges entre ces différentes cultures qui ont toujours été faits à la fois d'attirance et de résistances au nom de la tradition. En ce sens, *Mon nom est rouge* rejoint bien le questionnement permanent et structurant dans l'œuvre d'Orhan Pamuk sur les rapports et les liens entre l'Orient et l'Occident.

années depuis le début de la décennie quatre-vingt-dix, plusieurs dizaines de romans historiques paraissent parmi lesquelles on trouve toujours les meilleures ventes de l'année⁵⁹.

On voit donc qu'il ne faut surtout pas attribuer le retour et la mise en avant du passé ottoman aux seuls islamiques. Ceux-ci participent au contraire d'une vague de réintégration de l'Empire ottoman dans l'histoire nationale, après son extradition opérée par la République naissante.

II.1.2.3. Le discours de l'AKP sur l'Empire ottoman

Cependant, il ne faudrait pas pour autant dépolitiser totalement la référence ottomane surtout lorsqu'elle est aussi forte et prégnante que dans l'action culturelle de la municipalité du Grand Istanbul. En effet, ce qui est particulier à la municipalité d'Istanbul dans son utilisation du passé ottoman, c'est d'une part l'insistance et d'autre part l'idéalisation dont il est l'objet. Il tend à devenir la référence exclusive et est systématiquement présenté comme un âge d'Or.

Cet accent est particulièrement perceptible dans la manière de traiter l'anniversaire de la conquête de Constantinople par les Ottomans, le 29 mai de chaque année. Dans son article sur les murailles d'Istanbul, Jean-François Pérouse note à ce sujet :

« Le « paradigme de la Conquête » dans le discours politique local a rejoué et pris une autre résonance depuis que les partis se réclamant de l'islam politique ont remporté les élections locales à Istanbul, en 1994, et se maintiennent encore au pouvoir, même sous une forme renouée et très désidéologisée (surtout après février 1997, qui marque un coup d'arrêt important pour l'islam politique turc, à l'instigation des militaires). De ce fait, les célébrations de la Conquête ont pris depuis 1994 à Istanbul une importance qu'elles n'avaient jamais eue, bien qu'elles ne renvoient pas au calendrier festif national, construit à partir de l'émergence de Mustafa Kemal, hors de toute référence à la période ottomane, à l'exception de la victoire des Dardanelles (1915). [...]

⁵⁹ Séance de séminaire à l'IFEA animée par Alexandre Toumarkine et portant sur l'historiographie turque.

« De même, dans le récit que les tenants actuels du Grand Istanbul sont en train de construire pour fonder leur raison d'être au pouvoir et légitimer leur action (au regard de Dieu et des hommes), il s'opère, par un raccourci indéniable, un lien quasi direct entre les Ottomans de 1453 et les « Turcs » islamistes de 1994. Dans le texte introductif à la brochure présentant les diverses activités organisées par la mairie d'Istanbul pour le 549^e anniversaire de la Conquête, le maire d'Istanbul décrit en effet la « Conquête » comme « un des points nodaux les plus importants dans l'histoire du monde turc et de l'islam ». [...] Il en est résulté une sorte de réottomanisation d'Istanbul, décrite dans les textes officiels de la mairie d'alors comme une ville « Turco-Ottomano-Islamique » (sic). » [PEROUSE, page].



Planche 17 : Concert des *mehter* pour la commémoration de la Conquête sur la place de Sultanahmet (1)



Planche 18 : Concert des *mehter* pour la commémoration de la Conquête sur la place de Sultanahmet (2) (29/05/2007)



Planche 19 : Défilé des *mehter* sur la place de Sultanahmet (1) (29/05/2007)



Planche 20 : Mehmet mène le défilé (1) (29/05/2007)



Planche 21 : Mehmet mène le défilé (2) (29/05/2007)



Planche 22: Défilé des *mehter* sur la place de Sultanahmet (2) (29/05/2007)



Planche 23: Défilé des *mehter* sur la place de Sultanahmet (3) (29/05/2007)

Le parti dit des « islamiques modérés », l'AKP, développe un discours spécifique sur l'Empire ottoman que relaient un certain nombre d'intellectuels et d'historiens comme Ilber Ortaylı⁶⁰, proches de leur mouvance. Ce discours valorise les valeurs censées prévaloir dans l'Empire ottoman et dans son mode de fonctionnement : ces valeurs, directement inspirées de l'islam, seraient les vraies valeurs de la nation turque. La question centrale tourne autour de ce qui focalise le débat politique et ce qui cristallise la plupart des clivages politiques, à savoir le problème de l'attitude de l'Etat face à la religion et de la laïcité⁶¹.

L'islam tenait dans l'Empire une place centrale dans la légitimation de l'Etat par lui-même et cela est un élément important pour les « musulmans conservateurs »⁶². Surtout, les tenants de l'Islam politique veulent voir dans l'Empire ottoman un autre modèle de laïcité que le modèle républicain qu'ils considèrent comme contraignant, voire relevant d'un autoritarisme étatique non démocratique. Et en effet, la laïcité turque se rapproche plus du système concordataire que du système séparatiste. L'Etat opère, via une direction des affaires religieuses, le *diyanet*, un contrôle strict et centralisé des pratiques religieuses des citoyens musulmans [MASSICARD, page 56]. Il y a un islam officiel, sunnite hanéfite, le seul reconnu et autorisé, qui ne tient compte ni des pratiques traditionnelles, parfois syncrétiques, ni des

⁶⁰ Ilber Ortaylı est actuellement directeur du Palais de Topkapı. Il intervient régulièrement dans les journaux proches de l'AKP.

⁶¹ En mai dernier encore, l'armée a réagi très fortement à la probable élection d'un président de la République AKP, au prétexte que la République ne pouvait tolérer une première dame du pays voilée sans être directement menacée.

⁶² Ils n'admettent cependant pas forcément ce que les historiens montrent aujourd'hui : les efforts de l'Empire pour se défaire de l'emprise de l'Eglise. En cela, l'abolition du califat et l'instauration de la laïcité par la République ne serait que le parachèvement d'une entreprise menée depuis le dix-huitième siècle par l'Empire. Voir infra.

minorités qui existent dans l'islam, comme l'alévisme. Pour Elise Massicard, « la laïcité ne signifie donc pas la reconnaissance de l'égalité ni même la pluralité confessionnelle, mais au contraire l'officialisation de la confession sunnite hanéfitte. » [*idem*, page 58].

De fait, ce qui est mis avant tout en avant, c'est la très large tolérance religieuse que l'Empire est censé avoir garanti. Ainsi, le terme de « *pax ottomana* » utilisé par l'historien Ilber Ortaylı, et qui est loin de faire l'unanimité au sein de la communauté scientifique, est très largement repris et politiquement instrumentalisé. Sans craindre les anachronismes, ils rapprochent implicitement l'attitude supposée de l'Empire face à la religion d'un modèle de laïcité « libérale », à l' « anglo-saxonne » : l'Etat n'a pas à intervenir dans les pratiques religieuses de quelque manière que ce soit et, à aucun moment, il ne pourra légiférer pour interdire, où que ce soit, le port de signes religieux extérieurs par exemple. Il n'est là que pour garantir la possibilité de vivre sa religion librement.

L'Empire ottoman fait donc l'objet de la part des « musulmans conservateurs » d'une reconstruction sélective et d'une réinterprétation *a posteriori* dont la lecture est en grande partie orientée par une projection de leurs propres problématiques et de leurs propres combats idéologiques.

Maintenant que nous avons exposé l'enjeu politique que revêt la mise en valeur de l'Empire ottoman et le contexte social dans lequel elle s'inscrit, nous pouvons comprendre l'enjeu politique de ce qui constitue le cœur de notre recherche dans cette seconde partie : la diffusion, à travers la politique culturelle de la municipalité, dans l'espace et dans les représentations des habitants d'une identité ottomane de la ville.

II.2. Placer le passé ottoman au cœur des représentations de la ville

Maintenant que nous avons présenté les éléments de contexte qui nous ont conduits à construire notre problématique, essayons de la mettre à l'épreuve à partir de l'analyse de différentes activités culturelles municipales.

La très forte présence de la référence au passé ottoman dans la politique culturelle municipale se repère au sein des activités culturelles municipales fortement investies par la municipalité et non au sein de celles qui sont délaissées⁶³. Cela montre bien la rupture que cette référence constitue dans l'offre culturelle municipale stambouliote. Les programmes des Centres culturels qui, nous l'avons vu, sont entièrement gérés par la municipalité via Kültür A.Ş, ou ceux de la société mixte Ismek, aux liens très étroits avec la municipalité, sont à ce titre particulièrement représentatifs. Nous reviendrons sur ceux d'Ismek, mais présentons dès à présent le *Kültür Sanat*.

Sur le mois d'avril, on peut assister aux conférences suivantes :

Mehmet genc ile tarih sohbetleri : Entretien historique avec Mehmet Genç (historien)

Ilber Ortaylı ile tarih yolculugu : Voyage historique avec Ilber Ortaylı⁶⁴

Tahirin meyvelerinden : Les fruits de l'Histoire

Osmanli medeniyeti konusmalari : Parole sur la civilisation ottomane

Sosyal ve kültürel dünyamızın oluşumu : Genèse de notre monde social et culturel

Türk islam medeniyetinde gelenekeli sanatlarımız : Nos arts traditionnels dans la civilisation turco-islamique

Aile içi iletişim : La communication à l'intérieur de la famille

Türk düşüncesinin klasikleri : Les classiques de la pensée turque

Türk düşüncesi seminerleri : safahat dersleri : Séminaire sur la pensée turque : cours de rhétorique

Tezhip ve kalemisi seminnerleri : Sur la dorure et l'écriture

Dini edebiyat : Littérature religieuse

Türk romani üzerine : Sur le roman turc

Geleneksel mimari ve süsleme sanatları : Les arts de l'architecture et de l'ornementation traditionnels

Ses ve nefes klasik türk müziği topluluğu : Voix et souffle dans la musique classique turque

Kardes türküler konseri : Concert des frères et sœurs turcs

⁶³ Nous rappelons que nous avons établi en première partie une typologie des activités culturelles municipales qui distingue les activités héritées et délaissées par la municipalité de celles qui sont fortement investies. C'est sur ces dernières que nous pouvons nous baser pour repérer les caractéristiques de la politique culturelle municipale.

⁶⁴ Ilber Ortaylı est un historien proche de l'AKP.

Quant aux concerts :

Istanbul Sazendeleri : Les musiciens d'Istanbul

Klasik türk müziği konseri : Concert de musique classique turque

Türk musikisinin saz virtüözlari : Musiciens turcs virtuoses de saz

Türk halk müzik konseri : Concert de musique turque des plateaux

Yerebatan konseri : Concert Yérébatan

Türk müziği konseri : Concert de musique turque

Les spectacles pour enfants :

Prestigitateur turc

Théâtre de marionnettes turques, le *karagöz*.



Planche 24 : Double page à l'intérieur du *Kültür Sanat* d'avril 2007.

Dans bas en haut et de gauche à droite : le cinéma turc contemporain, l'histoire du jeune Mehmet, la communication dans la famille, les heures de la poésie du Divan, concert de musique turque, ensemble de musique Tasavvuf.

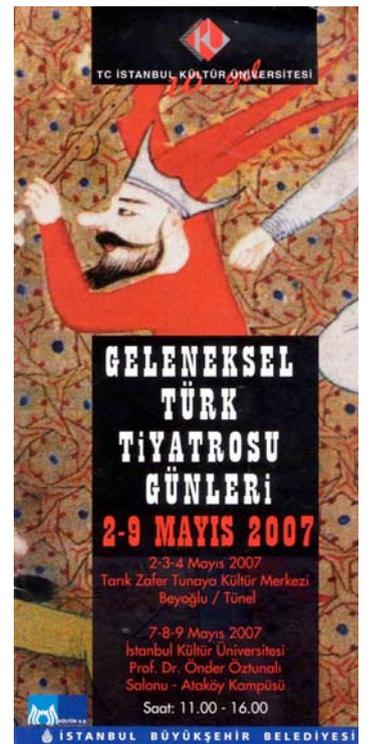


Planche 25 : Prospectus pour un festival de pièces de théâtres turques organisé par la municipalité du Grand Istanbul entre le 2 et le 9 mai 2007.

La référence à l'Empire ottoman est aussi particulièrement visible dans les publications municipales ou dans les manifestations qui ont lieu en extérieur et qui investissent directement l'espace urbain et pour lesquelles la municipalité porte une attention toute particulière.

Pour les besoins de notre étude, nous faisons artificiellement une distinction entre les programmes des Centres culturels et d'Ismek d'une part, et les manifestations en extérieur d'autre part. En effet, nous souhaitons nous intéresser en particulier aux activités qui ont un rapport direct avec l'espace urbain soit parce qu'elles ont lieu dans l'espace public de la ville, soit parce qu'elles visent à faire connaître la géographie de la ville.

Le contenu des programmes des Centres culturels ou des formations culturelles et artistiques participe bien sûr de la réintégration du passé ottoman dans la culture et dans l'identité stambouliotes et turques. A ce titre, il peut jouer un rôle dans les représentations que les habitants se font de l'identité de leur ville, de leur pays, et d'eux-mêmes. Ces programmes nous ont intéressés, nous les avons repérés, analysés. Ils permettent de confirmer l'idée selon laquelle la référence ottomane, de par son ampleur, est une caractéristique de la politique culturelle municipale et qu'il faut l'analyser comme telle.

Mais nous avons choisi de travailler sur la deuxième catégorie qui, d'une manière ou d'une autre, utilise directement l'espace urbain. Cela nous permet en effet de nous concentrer sur la ville et d'aller plus loin dans l'analyse de la manière dont la municipalité s'y prend pour orienter, modifier les représentations que les habitants ont de leur ville et pour créer un sentiment d'appartenance autour d'un pôle historique ottoman. Nous analyserons les lieux choisis pour le déroulement des manifestations, la manière dont la ville et ses quartiers sont désignés, racontés, la manière dont certaines centralités sont recomposées. Nous pensons que cet ancrage spatial direct nous permettra d'être plus précis dans notre analyse. Nous avons donc choisi de travailler à partir :

- des visites urbaines gratuites, organisées par la municipalité dans le centre historique d'Istanbul pour les habitants qui le souhaitent
- de trois manifestations de plein air organisées par la municipalité :
 - le spectacle du 29 mai 2007 de commémoration de la prise de Constantinople par les Ottomans le 29 mai 1453
 - le festival de la tulipe organisé pour la deuxième fois cette année entre le 7 et le 15 avril.
 - les festivités du ramadan

Comme nous l'avons dit en introduction de cette partie, nous avons choisi des activités qui ont un lien fort avec l'espace de la ville, soit parce qu'elles se déroulent dans ses rues, soit parce qu'elles parlent directement de la ville. Toutes ces activités ont d'autre part un lien fort avec le passé ottoman.

Par ailleurs, comme nous l'avons aussi déjà remarqué, ces activités nous semblent des temps de fort investissement de la municipalité qui témoignent de sa volonté, de son projet politique, contrairement à d'autres activités qui sont au contraire délaissées et qui témoignent plutôt des politiques précédentes. En effet, elles ont toutes été créées ou très fortement développées par la municipalité depuis moins de dix ans. Les festivités autour du ramadan existaient de façon plus ou moins informelle. C'est la mairie qui en a fait un grand événement social organisé par les édiles locaux. Quant à la commémoration de la Conquête, elle était déjà organisée mais l'événement restait discret. Enfin, le festival de la tulipe est lui très récent puisqu'il fêtait aujourd'hui sa deuxième année d'existence. D'autre part, nous rappelons que, comme l'ensemble de la politique culturelle municipale, elles visent un public local.

En ce qui concerne les grandes manifestations de plein air – qui constituent le gros de l'observation et de l'analyse, il nous semble que les trois retenues sont, en fonction de leur ampleur, les trois événements annuels majeurs mis en place par la municipalité dans ce domaine. Nous ne parlons pas de l'anniversaire de la mort d'Atatürk, qui donne lieu à des festivités qui surpassent très largement celles des trois événements dont nous allons parler, car c'est une pratique qui remonte à la mort du fondateur de la République et que la municipalité ne fait que perpétuer.

Présentation des dispositifs

- Le **spectacle de commémoration de la prise de Constantinople** par les Ottomans le 29 mai 1453 a eu lieu sur la Corne d'Or le soir du 29 mai 2007, entre 20h et 23h. La cérémonie a en elle-même un aspect grandiose. Elle se compose de trois parties, un son et lumière qui consiste en l'illumination multicolore de jets d'eau sur la Corne d'Or, puis d'un film projeté sur un mur d'eau et enfin d'un concert de fanfare militaire ottomane. Le moment fort du spectacle est le film sur l'eau, procédé technique que la municipalité met largement en avant, notamment sur son site où elle explique précisément comment cela fonctionne.



Planche 26: Le jeu eau et lumière lors du spectacle de la commémoration de la Conquête (29/05/2007)

L'exceptionnalité du procédé technique est à la hauteur de celle de l'événement. En effet, c'est la première fois qu'est organisé un tel spectacle pour le jour anniversaire de la Conquête. Celui-ci est fêté depuis longtemps par les « milieux 'nationalistes conservateurs' et islamistes » puisque

« s'est constitué en 1953 une 'Association de la Conquête' dont le but était de tout mettre en œuvre pour rappeler ce moment fondateur. » [PEROUSE, 2005]. Mais jusqu'ici les commémorations prenaient surtout la forme de reconstitutions ou de concerts dans la journée comme nous en avons pu voir sur la place Sultanahmet (voir les figures 21 à 26). Le spectacle en soirée prévu pour des milliers de personnes s'inscrit donc dans ce contexte de mise en exergue de la Conquête depuis l'arrivée du parti des islamiques modérés en 1994.

- La **Fête de la tulipe** est un événement récent puisqu'il a lieu pour la deuxième année consécutive seulement. L'année dernière, des tulipes géantes avaient été placées un peu partout dans le centre ville, entre Sultanahmet et Beyoglu. Cette année, outre les parterres fleuris de tulipes pour l'occasion, l'événement est cantonné à deux lieux, la place de Taksim et la place de Sultanahmet. Ces deux places sont des endroits clé de la ville : ce sont toutes les deux, mais pour des raisons différentes, des lieux de passage très fréquentés qui jouent comme des repères dans la ville. La première, immense et dominée par le Centre culturel Atatürk, est le point de passage obligé de la plupart des autobus ; la seconde est le lieu incontournable par excellence pour tous les touristes. Les deux mises en scène sont sensiblement équivalentes ; c'est pourquoi nous nous contenterons de n'en détailler qu'une des deux, celle de la place de Taksim.

Il faut tout d'abord commencer par dire que la matérialisation concrète de la Fête de la tulipe, malgré toutes les banderoles accrochées ici et là dans la ville, est somme toute modeste. Sur l'esplanade de Taksim faisant face au Centre culturel Atatürk, une petite clôture de tulipes en bois délimite symboliquement – tout est visible de l'extérieur - un vaste espace rectangulaire où l'on entre en passant sous un arc gonflable. A l'intérieur, neuf tentes en toile blanche ainsi qu'une petite scène ont été montées. Un tout petit orchestre joue en permanence de la musique banale. Deux tentes sont destinées aux enfants : des clowns les accueillent à l'entrée, puis ils peuvent faire du dessin, de la peinture et des jeux. A la sortie, ils ont droit à une sucrerie. Sur le côté est, on remarque une installation de sculptures de tulipes. On peut aussi chausser des lunettes mises à disposition et regarder des photographies de fleurs, en particulier de tulipes, en trois dimensions. Enfin, plusieurs parterres de « vraies » tulipes ont été plantés.



Planche 27 : Entrée dans l'espace dédié à la Fête de la tulipe, place Taksim (7/04/2007)



Planche 28 : Parterre de tulipes sur la place Taksim (7/04/2007)



Planche 29 : Sous la tente de Ağaç A.S. (7/04/2007)

D'autre part, il faut noter que l'objectif officiel de la fête est principalement d'ordre environnemental : il s'agit de promouvoir l'importance accordée aux espaces verts et aux espaces fleuris dans la ville comme condition à l'amélioration de la qualité de vie urbaine. L'organisme « Ağaç A.S. » est à ce titre un des principaux organisateurs. Sous l'une des tentes, on peut d'ailleurs venir acheter des plantes en pot, ou recevoir des conseils de jardinage.

Deux des installations retiennent particulièrement notre attention, les tentes et l'exposition de sculptures en forme de tulipe. Sous les tentes, ont été installés des stands de jardinerie et de jeux pour les enfants, mais aussi de démonstration d'activités et de ventes d'artisanat réalisé en priorité par la société d'économie mixte ISMEK. Deux tentes sont consacrées à des pays étrangers : une tente japonaise sous laquelle l'on peut faire et acheter des origamis, une tente hollandaise sous laquelle un homme blond en costume folklorique fabrique des sabots en bois. Ce n'est d'ailleurs pas un hasard si la Hollande est représentée : c'est à elle que la Turquie dispute le titre d' « inventeur » de la tulipe ! Aucune référence à la tulipe hollandaise, d'ailleurs, sous cette tente.



Planche 30: Tente d'animation pour les enfants (7/04/2007)



Planche 31 : Entrée de la tente d'encadrement turc (7/04/2007)



Planche 32: Intérieur de la tente d'encadrement turc (7/04/2007)



Planche 33: Sculptures contemporaines de tulipes à la Fête de la tulipe (7/04/2007)

L'exposition de « sculptures » de tulipes obéit, sur la forme d'abord, au même principe que l'exposition de vaches qui a circulé des rues de Paris à celles de New-York : on confie un moule blanc standard d'une vache elle aussi « standard » à des artistes différents pour les « décorer ». Cette grande exposition internationale avait pour objectif, entre autres, de sensibiliser le grand public à l'art contemporain. Sur la place de Taksim, l'ampleur de la manifestation n'a rien à voir. On remarque simplement une référence à un événement mondial d'art contemporain. Faut-il l'interpréter comme un signe pour se montrer réceptif et ouvert à l'art contemporain, à l'art occidental et mondialisé par excellence, à la modernité artistique dans ce qu'elle a d'avant-gardiste et de supposé subversif ? La plupart des tulipes sont monochromes ou bicolores mais certaines ont des motifs assez intéressants à analyser.

- Des **festivités du ramadan** sont organisées par les différentes municipalités d'arrondissement qui mettent en place des stands devant les mosquées de quartier où est distribué gratuitement un repas du soir et où sont vendus des objets et produits. La municipalité du Grand Istanbul, elle, organise le même type d'événement mais autour des mosquées historiques de la péninsule.

II.2.1. Ponctuer le territoire urbain de références et de symboles

II.2.1.1. Des marquages ponctuels qui jouissent d'une très grande visibilité dans la ville.

Nous voudrions insister ici sur la très forte visibilité des trois manifestations en plein air que nous avons retenues car elle contraste avec celle des actions culturelles municipales habituelles qui sont, elles, peu visibles du fait de l'absence de publicité et d'un accès à l'information difficile. Le *Kültür sanat*, programme des Centres culturels municipaux, par exemple, nous a paru assez peu accessible hormis à la librairie de la municipalité ou dans les centres culturels eux-mêmes.

Revenons donc sur les facteurs qui expliquent la très forte visibilité spatiale de ces trois manifestations. Elles font tout d'abord l'objet d'une grande campagne d'affichage publicitaire, qui utilise sensiblement les mêmes supports. Ces supports sont les panneaux d'affichage réservés à la municipalité qui s'en sert pour faire la promotion de son action. Il s'agit d'un immense panneau de cent mètres de long sur dix mètres de hauteur sur la place de Taksim, de multiples panneaux à trois faces que l'on retrouve partout dans la ville, d'une multitude de banderoles accrochées aux lampadaires le long des rues larges et passagères⁶⁵ et enfin de bandeaux fixés le long des ponts et visibles depuis les axes autoroutiers intra-urbains⁶⁶. Ces campagnes d'affichage ont duré, pour la Fête de la Tulipe comme pour la commémoration de la Conquête, deux semaines environ. Pour avoir nous-mêmes arpenté la ville pendant quelques semaines et donc avoir testé le dispositif, nous pouvons dire qu'il est probable qu'une grande partie des habitants remarque les affiches et soit au courant de l'événement. Cette remarque n'est cependant valable que pour les Stambouliotes fréquentant d'une manière ou d'une autre les quartiers centraux, ce qui est le cas de beaucoup d'habitants des quartiers périphériques qui viennent travailler dans le centre ville ou sont obligés d'y

⁶⁵ Par exemple l'avenue de la République, le boulevard Tarlabası, l'avenue Mimar Sinan qui ceignent l'arrondissement de Beyoğlu et qui sont extrêmement fréquentés.

⁶⁶ Ces axes autoroutiers intra-urbains sont très nombreux et très fréquentés à Istanbul du fait du choix exclusif du transport automobile et routier au détriment des transports collectifs. La *Lettre de l'OUI* n°24 (page 41) nous apprend à ce titre que, selon l'office de statistique nationale, parmi les transporteurs de personnes comme de marchandises, la voiture individuelle représente une part d'environ 70% des véhicules de la métropole d'Istanbul, soit 1 582 888 véhicules. Selon les acteurs locaux, la voiture représenterait 96,5% des moyens de transport routiers, mais seulement 33,44% des personnes transportées.

passer pour se rendre à leur travail. Nous n'avons pas assez arpenté les quartiers périphériques⁶⁷ pour saisir le degré de diffusion de l'information dans ces quartiers.



Planche 34 : Affiche municipale (29/05/2007)



Planche 35 : Affiche pour une exposition sur la Conquête au Cemal Reşit Rey (29/05/2007)



Planche 36 : Affiches pour des événements de célébration de la Conquête (28/05/2007)

⁶⁷ Nous opposons « quartiers périphériques » à « quartiers centraux ». Or, en nous référant à la définition qu'en donne Jean-François Pérouse dans son article, « Istanbul, métropole eurasiennne en effervescence », nous entendons par quartiers centraux, les deux arrondissements compris à l'intérieur de remparts de Théodose (Eminönü et Fatih), celui de Beyoğlu, englobant l'ancienne Galata, Şişli, Beşiktaş et les abords de la rive asiatique, Kadıköy et Üsküdar [PEROUSE, 1998].



Planche 37 : Panneau d'affichage de 100 mètres sur 10 sur la place de Taksim (27/05/2007)



Planche 38 : Les banderoles municipales sur l'avenue de Mimar Sinan (10/04/2007)



Planche 39 : La place de Taksim avec le panneau d'affichage en arrière plan (27/05/2007)

D'autre part, ce sont trois manifestations qui ont lieu en plein air. Elles sont à la portée de tous et tout le monde peut les remarquer en passant devant, même sans s'y intéresser. Cela est d'autant plus vrai que leurs dimensions sont importantes. La commémoration est un spectacle très imposant qui se repère de loin même s'il ne peut être véritablement suivi que d'un point précis sur la Corne d'Or. La Fête de la tulipe comme nous l'avons déjà dit présente des dimensions modestes ; on ne peut cependant pas la manquer lorsque l'on passe sur la place de Taksim ou de Sultanahmet, ce qui arrive souvent. En effet, la taille relativement réduite est compensée par le choix des lieux, sans doute les plus fréquentés et les plus connus d'Istanbul.

De fait, ces manifestations sont certes très circonscrites dans le temps mais leur très forte visibilité, en regard des autres actions municipales, compense leur ponctualité.

II.2.1.2. Le décor urbain, un ancrage constant mais discret de signes

Nous voudrions ici juste évoquer l'intérêt de l'analyse et de l'observation des signes et des symboles disséminés dans l'espace urbain. Il s'agit des noms donnés aux lieux, rues, places, aux bateaux, aux stations de métro, aux statues, mais aussi de la diffusion de certains logos, du mobilier urbain, de l'architecture. Disséminés dans l'espace, ils marquent discrètement les lieux, donc le quotidien. Les grandes manifestations étaient grandioses mais ponctuelles ; ces signes sont discrets mais permanents.

Nous ne nous y arrêtons pas car ils ne relèvent pas directement de la politique culturelle. Mais nous voulons signaler que les choix qui sont fait dans ce domaine viennent confirmer ce que nous avançons dans ce travail. Beaucoup d'éléments du décor urbain évoquent plus ou moins directement le passé ottoman ; ils constituent en cela un autre moyen pour diffuser à travers l'espace une identité ottomane.

Nous pouvons citer pour exemple les panneaux de faïence qui ornent la station de métro de la place de Taksim, inaugurée en 2004. Inspirés du mode de représentation des miniatures, ils racontent la prise de Constantinople à ses différentes étapes : les bateaux de guerre s'avancant vers la ville, l'abordage, l'entrée triomphale

D'autre part, nous reviendrons longuement dans la troisième partie sur l'usage de la tulipe, élevée depuis peu au rang de symbole d'Istanbul.



Planche 40 : Fresque dans la station de métro Taksim représentant la prise de Constantinople (1) (15/06/2007)



Planche 41 : Fresque dans la station de métro Taksim représentant la prise de Constantinople (2) (15/06/2007)



Planche 42 : Fresque dans la station de métro Taksim représentant la prise de Constantinople (3) (15/06/2007)



Planche 43 : Fresque dans la station de métro Taksim représentant la prise de Constantinople (4) (15/06/2007)

II.2.2. Faire découvrir le patrimoine architectural de la péninsule historique

La municipalité met en place des visites guidées qui ont pour thèmes les sites et monuments les plus prestigieux de la ville. Cette démarche pédagogique vise à faire connaître le glorieux passé d'Istanbul à ses habitants. Dans cette perspective, la municipalité, misant sur une appropriation et une identification à la ville grâce à la connaissance de son passé, vise à renforcer ou à créer le sentiment d'appartenance et la cohésion qui semblent faire défaut, et à pallier au déficit identitaire. En même temps, le passé de la ville qui est mis en valeur à travers ses monuments est un passé sélectionné. Il se concentre essentiellement sur le passé ottoman, ce qui rejoint l'idée d'une diffusion d'une identité ottomane à la ville.

II.2.2.1. Un patrimoine mal connu des Stambouliotes ?

Selon Orhan Pamuk, dans son livre *Istanbul, Souvenirs d'une ville*⁶⁸, l'attitude commune des Stambouliotes face aux monuments et aux lieux historiques est celle du désintérêt et de l'indifférence. Il parle aussi d'une grande ignorance du patrimoine. Cette

⁶⁸ Orhan Pamuk, *Istanbul, Souvenirs d'une ville*, avril 2007, Editions Gallimard, Paris.

attitude serait pour lui une stratégie pour oublier le déclin dans lequel la ville est plongée depuis plus d'un siècle :

« Parce que la voie la plus rapide pour être sauvée du *hüzün*⁶⁹ causé par le fait d'être un rejeton d'un empire puissant, c'est de ne pas s'intéresser du tout aux bâtiments historiques et même de ne prêter aucune attention à leurs noms ni à leurs particularités architecturales distinctives. Et les Stambouliotes font ainsi, avec le concours de la pauvreté et de l'ignorance. » (page 128)

Selon lui, les monuments ne sont pas intégrés comme des repères géographiques et semblent généralement ignorés :

« Mais les vestiges des grands empires effondrés ne sont pas, à Istanbul, comme des monuments historiques dans un musée à la manière des grandes villes occidentales, comme des objets que l'on protège, dont on s'enorgueillit avec fierté, et que l'on expose. On se contente de vivre parmi eux. [...] Et même quand ils [les occidentaux] donnent une adresse, acte élémentaire s'il en est, ils s'enorgueillissent de l'environnement historique au sein duquel ils vivent en disant : « Après avoir passé cette extraordinaire et fort délicate fontaine de bronze... » Or, dans un cas semblable, un Stambouliote dirait : « Tourne à cette fontaine aveugle et marche le long de la zone incendiée » [...]. » (pages 127 et 128)

Que retenir de l'observation amère d'un écrivain ? Pour un certain nombre de responsables municipaux, il semble en tout cas nécessaire de faire découvrir le patrimoine architectural de la ville aux habitants, et notamment à ceux des périphéries qui viennent rarement, voire jamais, dans le centre ville.

⁶⁹ Le *hüzün* est un mot intraduisible. Orhan Pamuk s'attache à le décrire dans le chapitre dix, intitulé « *Hüzün-Mélancolie-Tristesse* ». Il s'agit d'un profond vague à l'âme lié au sentiment de perte, de défaite et de décrépitude, porteur non d'inspiration créatrice comme c'est le cas de la mélancolie dans la culture occidentale, mais de résignation. Ce sentiment est, selon Orhan Pamuk, celui qui habite profondément la ville d'Istanbul et ses habitants, quotidiennement confrontés aux ruines et à la destruction de ce qui avait été le signe de la puissance et de la magnificence de la ville et de sa culture (il n'est pas question dans ce livre de la Turquie en générale mais seulement d'Istanbul); c'est donc un sentiment collectif, ce qui le distingue encore de la mélancolie « qui renvoie à l'état d'une seule personne ». C'est un état d'esprit développé par ceux qui vivent dans la ville et non par ceux qui observent la ville et qui en tirent un état de tristesse, à la manière de Levi-Strauss dans son livre *Tristes tropiques*.

II.2.2.2. Les visites guidées

Le 28 janvier 2007, dans le Centre international de congrès et de culture de Feshane, la municipalité du Grand Istanbul fêtait le lancement des visites culturelles organisées dans le cadre du projet « Voyage dans les civilisations de la Corne d'Or ». Le rendez-vous aura lieu tous les dimanches à 14h entre mars et septembre. L'objectif du projet est de faire connaître les richesses culturelles et artistiques de la Corne d'Or. La présentation des visites sur le site de la municipalité du Grand Istanbul insiste sur la concentration de richesses le long de ce fleuve, témoin de la grandeur d'Istanbul. Les deux empires, byzantin et ottoman, sont mis en avant mais le propos se focalise sur le dernier. Car *Haliç*, la Corne d'Or, est dominée par la silhouette des minarets ; c'est d'autre part le lieu de la Conquête et de l'installation des Turcs.

Le choix du lieu de l'inauguration n'est pas anodin et il peut éclairer le contexte dans lequel s'inscrit le projet. Le Centre Feshane est une ancienne fabrique d'allumettes rénovée et reconvertie par la municipalité d'arrondissement d'Eyüp islamique modérée en Centre de congrès et de culture ottomane. La culture exposée consiste en de l'artisanat traditionnel, en particulier « ottoman », celui que promeut aussi Ismek⁷⁰ par exemple. Une grande foire de l'artisanat est organisée tous les ans. Feshane peut donc être perçu comme un exemple archétypale des politiques culturelles menées par les municipalités islamiques modérées qui, derrière des traditions culturelles, mettent en avant une certaine vision de l'histoire turque ainsi que les valeurs qui sont les leurs. Ce n'est donc pas un hasard si les visites de la Corne d'Or sont présentées dans ce centre : elles répondent à la même idée directrice d'intérêt pour le patrimoine et les traditions turques/ottomanes parallèlement à la mise en avant d'une certaine vision du passé stambouliote.

L'organisation de visites urbaines n'est une initiative ni isolée ni nouvelle. En juillet 2003, la mairie de la municipalité d'arrondissement de Beşiktaş organisait des visites touristiques hebdomadaires en bateau sur le Bosphore destinées prioritairement aux habitants d'Istanbul qui n'ont jamais eu l'occasion de voir le Bosphore. Au moment du lancement de cette initiative, le maire déclarait que l'objectif était de « permettre aux habitants d'Istanbul de devenir des Istanbulu »⁷¹.

L'adoption de cette démarche par plusieurs municipalités semble indiquer que l'importance de la découverte et de la prise de conscience du patrimoine est une idée aujourd'hui répandue parmi une grande partie des dirigeants municipaux.

⁷⁰ Voir pages 100 à 111.

⁷¹ Article paru le 21/07/03 dans le quotidien *Cumhuriyet*, p.3 et traduit dans la *Lettre de l'OUI* n°16.

Par ailleurs, beaucoup de visites sont organisées pour les écoliers dans les monuments historiques de la péninsule historique : Sultanahmet, Sainte Sophie, Süleymaniye, la Citerne basilique. Les classes d'âge varient entre quatre et quatorze ans, les visites s'effectuant donc dès l'école maternelle. A Sainte Sophie était aussi organisée en mai 2007 une exposition de dessins d'enfants et d'étudiants sur le thème de Sainte Sophie.

Ces initiatives témoignent d'une volonté d'appropriation du patrimoine par les habitants en faisant découvrir et en faisant naître le plus tôt possible un intérêt pour les monuments anciens. Elles témoignent aussi d'un consensus social, déjà existant ou en formation, autour de l'idée selon laquelle la connaissance du patrimoine est un aspect important dans l'éducation des enfants et des futurs stambouliotes.



Planche 44 : Visite scolaire de Sültanahmet (1)
(12/04/2007)



Planche 45 : Visite scolaire de Sültanahmet (2)
(12/04/2007)



Planche 46: Visite scolaire de Sainte Sophie (1) (9/05/2007)



Planche 47 : Visite scolaire de Sainte Sophie (2) (9/05/2007)

Par ailleurs, la ville d'Istanbul propose depuis 2004, une nouvelle façon, moderne, de visiter la ville. Il s'agit du parc de monuments en miniature Miniaturk situé au fond de la Corne d'Or dans le quartier de Sütlüce à Beyoğlu. Même si ce parc ne présente pas que des monuments stambouliotes, il mérite tout de même d'être cité ici. D'une part parce que la

proportion des monuments stambouliotes est très forte et d'autre part parce qu'il participe de la même vague d'intérêt pour l'histoire via le patrimoine architectural.

Depuis sa création, la popularité de ce parc auprès des Turcs, alors que le parc était destiné à une clientèle touristique internationale, a beaucoup surpris. Plusieurs observateurs en donnent une interprétation identitaire : « (...) le 'parc Miniaturk' s'est vu doté d'une fonction importante, à savoir marquer la relation des Turcs à leur territoire et à leur histoire. »⁷². Quant à l'article de Türel, il tente d'analyser « how image, publicity, and architectural form have come together to rework memory to conform to a new perceived relationship between citizens and the Turkish state. » [TÜRELI, page 1].



Planche 48 : Vue surplombante de Miniaturc
(22/04/2007)



Planche 49: Visite scolaire de Miniaturc (1)
(22/04/2007)



Planche 50: Visiteurs du parc Miniaturc (2)
(22/04/2007)

Ces visites insistent beaucoup sur le patrimoine architectural : il s'agit de faire prendre conscience aux gens de la valeur historique d'un bâtiment et donc plus largement des lieux qu'ils traversent et qu'ils habitent. Il s'agit peut-être aussi dans un second temps de les situer dans l'épaisseur historique de la ville. En ressort le sentiment que la ville est ancienne et que

⁷² Lettre de l'OUI n°20, mars 2005, page 37.

son passé est prestigieux, qu'elle est en conséquent digne de considération et de respect. Ces visites évoquent des figures et des idées propres à éveiller tout un imaginaire autour de la grandeur et la magnificence de la ville : la capitale de deux empires, la puissance des sultans, l'importance d'Istanbul dans le monde, sa renommée. De ce prestige et cette grandeur, il est possible de tirer fierté, ce qui incite à l'identification.

II.2.2.3 Se repérer dans la ville

L'apprentissage et la connaissance du passé de la ville passe beaucoup par la désignation des monuments : ce monument s'appelle ainsi, il a été construit par tel empereur, à telle époque. On apprend donc à nommer les monuments et les quartiers et à les associer à un passé. Si les détails ne sont pas retenus, reste au moins l'idée globale : ces lieux ont une valeur qui tient à leur histoire. Par la suite, ce sont des noms qui viennent remplir l'imaginaire, des lieux que l'on remarque et que l'on regarde alors que l'on y était indifférent auparavant. Cela n'induit pas simplement l'établissement de liens affectifs ; cela modifie aussi l'univers mental par lequel nous appréhendons l'espace.

Apprendre le nom des lieux est important dans la perception de l'espace. A partir du moment où un lieu - une place, une fontaine, une mosquée, un pont – est nommé, il devient un repère. Il est intégré comme outil pour me reconnaître et me déplacer dans l'espace ; il est intégré à ce que les géographes dits « du comportement » ont appelé la « carte mentale », notion élaborée pour « identifier les processus de mémorisation d'itinéraires et fréquemment appliquée aux déplacements des citadins et à l'identification des repères perceptifs dans le paysage des villes » [BAILLY, page 201]. Cependant, pour me repérer dans l'espace et me déplacer, la toponymie⁷³ n'est pas indispensable⁷⁴ bien qu'elle soit une aide précieuse. La force des noms, qui ont cette particularité d'être incessamment répétés et d'être transmis, réside dans autre chose ; ils sont bien plus qu'un simple outil pour se repérer : « Un véritable tapis de noms recouvre la terre qui devient ainsi un objet de discours. Le baptême de l'espace et de tous ses points remarquables n'est pas fait seulement pour aider les uns et les autres à se

⁷³ Nous entendons le terme de toponymie dans son sens large comme ensemble des noms de lieux, comprenant aussi les noms des monuments remarquables et de tous les objets dans l'espace qui peuvent servir de repères.

⁷⁴ Se reconnaître dans l'espace consiste, selon Claval, à « mémoriser des images concrètes, des repères visuels surtout (parfois des odeurs ou des bruits) qui permettent de savoir si l'on est déjà passé par là. » [CLAVAL, page 154] Cela ne suppose pas forcément de savoir nommer les lieux ; comme Claval l'explique, « les toponymes ne sont pas indispensables pour s'orienter et se reconnaître. » [*idem*, page 165]. Se reconnaître suppose avant tout une appropriation de l'espace par les sens.

repérer. Il s'agit d'une véritable prise de possession (symbolique ou réelle) de l'espace. » [CLAVAL, page 156]. S'il s'agit d'une prise de possession de l'espace par les hommes, peut-être s'agit-il aussi d'une certaine façon d'une prise de possession des hommes par l'espace. C'est l'espace mental qui est désormais habité par tout un univers de noms qui renvoie à des images de lieux.

On objectera que les noms les plus courants sont connus par une grande partie des Stambouliotes. En revanche, ils ne l'associent pas forcément à son histoire. Or désormais, le nom fait référence à un récit historique ou à une époque passée inconnue. Désormais, le nom est chargé d'images, il peut véhiculer tout un imaginaire. En passant devant un lieu toute une série d'images possibles peut me venir à l'esprit. Ces noms ont une influence sur le fil de la pensée dès que le lieu apparaît, lors d'un déplacement, dans une conversation.

Ce sens nouveau associé aux noms de lieux de la ville participe à l'élaboration de l'espace vécu, c'est-à-dire d'un espace construit par une multitude de liens affectifs, spirituels et symboliques entre des hommes et des lieux.

II.2.3. Refaire de la péninsule historique un centre

Hormis la Fête de la tulipe que nous traiterons à part, toutes les autres activités mettent en valeur, d'une façon ou d'une autre, la péninsule historique d'Istanbul. Les visites urbaines en bateau ont moins pour objet le Bosphore que la Corne d'Or, fleuve structurant dans la construction de la ville car, abrité, il constituait un véritable port naturel. En réalité, ces visites de la Corne d'Or font essentiellement tourner le regard vers la rive occidentale du fleuve, c'est-à-dire vers la péninsule historique. C'est en effet la silhouette de cette dernière, avec ses dizaines de minarets qui se découpent en ombre chinoise, qui donne tout son attrait à la Corne d'Or. En ce qui concerne la commémoration de la Conquête, le point de rendez-vous pour assister au spectacle est à *Haliç*, au pied du quartier de Balat. Quant aux festivités du ramadan, elles ont lieu dans le quartier de Sultanahmet.

La péninsule est donc portée sous les feux de la rampe. Concernant ce qui est le cœur historique de la ville, cela pourrait paraître bien naturel. Pourtant, cet intérêt est assez récent et correspond à un retournement de tendance après presque deux siècles de déclin de la péninsule au profit de son voisin d'en face, le quartier européen.

II.2.3.1. La péninsule historique dans l'ombre du quartier « européen » depuis près de deux siècles

La péninsule historique le premier site d'implantation de la ville ; elle correspond à l'espace délimité par les murailles terrestres de Théodose II auxquelles on ajoute Eyüp, lieu de pèlerinage situé au fond de la Corne d'Or et à quelques centaines de mètres des murailles. C'est là que se sont établies les résidences impériales successives et c'est là que l'on trouve les monuments les plus anciens, notamment toutes les plus célèbres mosquées de la ville. Or la péninsule historique a peu à peu, au cours de l'Histoire, été délaissée au profit de l'« Istanbul moderne », comme on appelle dans les guides touristiques le quartier dit aussi « européen » construit sur l'autre rive de la Corne d'Or. L'origine de ce quartier remonte en effet à l'installation des Génois et des Vénitiens venus commercer avec l'Empire ottoman. Par la suite, il a été investi par les Européens – Allemands, Anglais, Français, Italiens – venus s'installer au XIX^e siècle, au moment où l'Empire commence à être dévoré par les ambitions européennes. C'est là que se construisent dès le XVI^e siècle les premières ambassades européennes puis, au XIX^e siècle, les lycées européens qui attirent peu à peu l'élite ottomane ou encore l'école militaire, le lycée Galatasaray, qui forme les officiers de l'Empire. C'est là aussi que, au milieu du XIX^e siècle, le sultan Abdül Mecit fait construire un palais sur le modèle occidental, le palais Dolmabaçe, et quitte la résidence de Topkapı symbole de la puissance impériale ottomane depuis cinq siècles. Le quartier « européen » est donc, comme son nom l'indique, symbole de l'occidentalisation d'Istanbul et de l'Empire, à laquelle est aussi associé le déclin de la puissance ottomane. Or, dès le XIX^e siècle, la péninsule historique perd de son attractivité et de sa centralité au profit du quartier européen. Ce n'est que « le temps du ramadan, et cela jusqu'au début du XX^e siècle, [que] le centre de l'animation se déplace de Beyoğlu, la partie « moderne », « européanisée » de la capitale, vers certains quartiers de Stamboul. » [*idem*, page 39]. Et dans les années trente, « le centre de la ville n'est plus à Stamboul, mais à Beyoğlu, la ville européanisée » [*id.*, page 98] C'est là que l'on trouve les quartiers les plus chics, mais aussi les plus commerçants et les plus vivants. C'est désormais le centre d'Istanbul, situation qui perdure bien au-delà de la chute de l'Empire et du départ d'une très grande partie des Européens. Dans *Istanbul, souvenirs d'une ville*, Orhan Pamuk raconte à ce propos son plaisir et son excitation lorsque, dans les années cinquante, alors qu'il était petit garçon, il accompagnait sa mère faire des courses à

Beyoglu⁷⁵. Peu à peu, la péninsule historique plonge dans l'obscurité et dans l'oubli. Ses quartiers se caractérisent par la pauvreté et un très grand délabrement. Les seuls quartiers qui attirent encore du monde sont les zones artisanales et commerciales autour des marchés couverts entre le Bazar égyptien et le Grand bazar. Dans les années soixante-dix, l'immense majorité des maisons de la péninsule, traditionnellement en bois, sont rasées – quand elles n'étaient pas déjà effondrées – pour reconstruire des immeubles en parpaing, souvent de mauvaise qualité. Ce n'est qu'à partir des années quatre-vingt, avec l'essor du tourisme, que la péninsule, du moins dans son extrémité orientale - là où se trouvent tous les plus célèbres monuments d'Istanbul - retrouve un peu d'attractivité.

Ce n'est pourtant pas cette évolution liée à l'essor touristique qui nous intéresse. Car, comme nous l'avons vu, les activités que nous étudions ne sont pas destinées aux touristes mais bien aux habitants d'Istanbul. La mise en lumière de la péninsule qu'elles opèrent vise avant tout les Stambouliotes.

II.2.3.2. La péninsule historique au centre des distractions

Ces manifestations font venir des Stambouliotes, les amènent à fréquenter ces lieux et à les regarder autrement. On peut penser que la municipalité vise ainsi à recréer une centralité, à refaire du vieux Stamboul un centre.

Nous ne disons pas que la péninsule est aujourd'hui désertée par les Stambouliotes qui ne la fréquenteraient plus du tout. La place d'Eminönü, lieu de correspondance entre les embarcadères, les bus, le tramway et le pont de Galata, pourrait sans doute être qualifiée de point de rencontre à Istanbul entre les trois rives de la ville ; c'est un lieu d'intense passage. Les marchés couverts et les rues commerçantes adjacentes attirent toujours beaucoup de Stambouliotes qui viennent y faire leurs achats. Mais ces lieux sont totalement déserts dès que les commerces ferment et que les *vapurs* cessent leurs aller-retour.

⁷⁵ Orhan Pamuk, avril 2007, *Istanbul, Souvenirs d'une ville*, Editions Gallimard, Paris, page 210.

II.2.3.2.1. La notion de centre

Or, le « centre » dans une ville, c'est certes le « lieu des activités commerciales majeures, où l'on vient acheter des produits non courants » [BASTIE, page 391], ce qu'est assurément le quartier d'Eminönü. Mais c'est aussi le « lieu des distractions et de la culture » [*ibidem*]. Surtout, le centre est loin de se réduire à des fonctions ; c'est d'abord une perception. « Le centre-ville attire les hommes moins par ce qu'il offre réellement que par ce qu'il signifie : « Définir le centre-ville est donc, selon les personnes, retenir plus ou moins la pratique ou le mythe » (M.-J. Bertrand). Le paysage urbain est perçu dans toutes les grandes villes par les visiteurs et même par les habitants à partir de monuments ou de lieux symboliques centraux [...] » [*idem*, page 390]. On peut ajouter que, non seulement le centre ne se réduit pas à des fonctions, mais en plus, la simple présence de monuments ne suffit pas à « signifier » le centre : « Même sous-équipé, il est en général surpratiqué, sauf s'il y a une dégradation de son image de marque ; ainsi, le quartier des Champs-Élysées à Paris bénéficie d'une perception de centralité majeure au XX^e siècle, parce qu'il est celui de la « Voie triomphale » de l'Étoile à la Concorde, alors que le vieux centre avait perdu son prestige, jusqu'à l'époque toute récente où les urbanistes tentent de lui redonner son lustre par l'aménagement du quartier des Halles (Plateau Beaubourg). La perception de la centralité est plus une *conception culturelle et monumentale* qu'une *perception commerciale*. » [BASTIE, espace urbain, 279]. Les monuments ne sont pas symboliques en soi ; pour l'être, ils doivent être investis symboliquement.

II.2.3.2.2. Stamboul

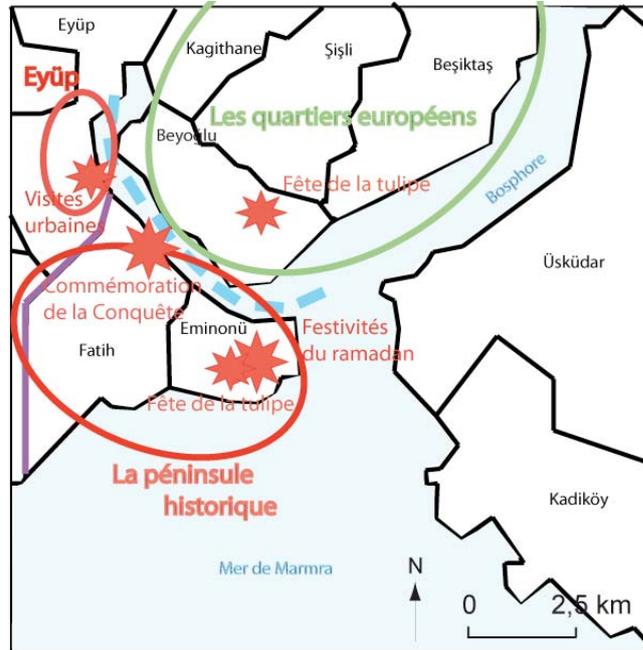
Dans la péninsule historique, la fonction commerciale perdue et l'aspect monumental a été revalorisé suite à l'essor du tourisme. Le quartier fait aujourd'hui l'objet d'un urbanisme soigné. Les événements proposés par la municipalité du Grand Istanbul font justement de ces lieux des endroits de distraction et de promenade. Ils sont censés faire venir des gens de l'extérieur qui viendront là pour le loisir et la distraction. Et puisque tous les événements ont pour sujet de rappeler le passé glorieux de la péninsule et son aspect originel dans la ville, ils sont censés aussi rendre à la péninsule sa force symbolique.

En ce qui concerne les festivités du ramadan, elles ont jusque dans les années trente toujours eu lieu dans le vieux Stamboul, à la suite de quoi elles perdirent de leur ampleur et ne furent plus associées à un quartier en particulier [GEORGEON, page 98]. Ce lien entre

Stamboul et le ramadan allait de soi tant que la ville ne s'était pas développée au delà de ses remparts mais il n'était pas évident à partir du moment où la centralité du vieux Stamboul avait commencé à décliner au profit du quartier européen. Le ramadan était donc en quelque sorte le moment où le vieux Stamboul, autour des mosquées monumentales, retrouvait son statut de centre de la ville. Cela était vrai pour les Stambouliotes musulmans mais aussi, comme l'explique François Georgeon, pour les non-musulmans : en effet, « il affecte même ceux qui ne partagent pas la foi musulmane. Son rythme s'impose aux autres communautés de la capitale, apporte de grands changements dans leur existence. » [*idem*, page 85]. Replacer la péninsule au cœur des festivités du ramadan et réciproquement apparaît donc comme un bon moyen, car il est chargé d'histoire, pour réactiver la centralité de la péninsule dans la ville.

Quant à la Fête de la tulipe, elle se partage en deux lieux, la place de Sultanahmet, cœur historique du vieux Stamboul, et la place de Taksim, lieu d'intense passage et centre de la partie « moderne » d'Istanbul. Ce lieu double traduit bien l'ambiguïté de la Fête de la tulipe qui fait référence à l'Empire mais de façon discrète et euphémisée et qui vise avant tout la plus large réception possible. Nous reviendrons sur ce point en troisième partie.

Figure 4 :



Refaire de la péninsule historique un centre

Deux pôles historiques de chaque côtés de la Corne d'Or

— La Corne d'Or, frontière historique et symbolique

○ Eyüp Deux pôles urbains aux évolutions historiques différentes

— Murailles terrestres de Théodose III marquant la limite de la péninsule historique (Eyüp, lieu de pèlerinage, y est historiquement rattaché)

Fatih Nom des arrondissements

La ville ottomane, centre privilégié des festivités organisées par la municipalité

★ Fête de la tulipe Quatres événements culturels organisés par la municipalité du Grand Istanbul

II.3. Recréer des « traditions », diffuser des mythes

Nous voudrions montrer que la municipalité se sert d'un passé ottoman mythifié pour diffuser des valeurs.

II.3.1 Une histoire réinventée

Les trois manifestations en plein air sont une très bonne illustration de la vision de l'Empire ottoman qui est véhiculée par la municipalité. Cette vision est une vision fantasmée qui se place sous le signe de la célébration sans réel souci de vérité historique et produisant elle-même sa propre réalité historique.

II.3.1.1. Célébration et glorification du passé, inventions de traditions

- Cette célébration du passé est l'objectif explicite de la commémoration de la Conquête. Revenons donc sur le film, qui est l'occasion de célébrer la victoire écrasante des Ottomans, leur vaillance et leur courage, ainsi que la gloire de Mehmet.

La construction du récit est très classique : elle relate de façon linéaire les étapes de la Conquête. La première partie, la plus longue, présente l'assaut et la bataille. On voit d'abord des dizaines de bateaux de guerre sur le Bosphore qui s'avancent vers la ville. Le point de vue choisi est celui des remparts de Constantinople, de sorte que l'on sente la menace arriver telle que les Byzantins eux-mêmes ont dû la ressentir. On ressent en effet la puissance de la flotte ottomane, en même temps que sa majesté. Des boulets de canons sont lancés depuis les remparts. Puis vient le moment de l'assaut des remparts sur lesquels les plans s'attardent pour montrer leur caractère gigantesque et infranchissable. Les soldats s'avancent et sont repoussés systématiquement. Beaucoup meurent. Enfin, un soldat franchit l'obstacle et se dresse au dessus des remparts. La ville tombe, Mehmet y entre triomphalement sur son cheval blanc, suivi de toute l'armée.

Commence la deuxième partie du film, beaucoup plus courte, qui a lieu à l'intérieur de la ville. On assiste d'abord à la première prière des Ottomans dans la ville, puis à la visite de Sainte Sophie dont Mehmet fait une mosquée. Tout du long, le film insiste beaucoup sur la

personne de Mehmet le conquérant, seul personnage qui jouit de gros plans ; il est la plupart du temps monté sur son cheval blanc⁷⁶, posture privilégiée pour le représenter comme le montrent aussi les figures 37 et 41.



Planche 51 : Le film projeté sur l'eau lors de la commémoration de la Conquête : Mehmet le Conquérant sur son cheval blanc (29/05/2007)



Planche 52 : Le film projeté sur l'eau lors de la commémoration de la Conquête : Mehmet le Conquérant (29/05/2007)



Planche 53 : Le film projeté sur l'eau lors de la commémoration de la Conquête : les murailles de Constantinople (29/05/2007)



Planche 54 : Le film projeté sur l'eau lors de la commémoration de la Conquête : les navires de guerre (29/05/2007)

La scénographie vise avant tout à impressionner. Les enchaînements sont extrêmement rapides de sorte que l'on ne retient des images qu'une impression, un flash. Elles sont soutenues par une musique tonitruante, censée porter la tension des scènes ainsi que leur caractère triomphal. L'ensemble est accompagné de commentaires éminemment emphatiques

⁷⁶ Le cheval est un symbole repris par les tenants de l'idéologie de la culture nationale turque. Il serait au centre de la culture créée par le Turcs en Asie centrale [COPEAUX, page 67].

qui orientent les réactions du public. Ainsi, deux moments suscitent une poussée d'enthousiasme et un renfort d'applaudissement : l'entrée triomphale de l'armée dans la ville et la première prière dans la ville.

De toute évidence, nous n'avons pas affaire à un discours qui vise l'objectivité. Il s'agit de venter la force et la gloire des Ottomans, quitte à en augmenter leur mérite. Les historiens s'accordent en effet pour dire de cette victoire qu'elle était prévisible depuis plus d'un demi-siècle tant l'Empire byzantin était exsangue et à bout de force.⁷⁷

- Les festivités du ramadan et le festival de la tulipe ont en commun d'être présentés comme la perpétuation ou la réactivation d'une tradition ottomane, autre manière de célébrer l'Empire en rendant présent à nos mémoires une des pratiques qui y avaient cours.

- Concernant les festivités du ramadan, la municipalité tente de recréer l'atmosphère des « ramadans d'antan » qui, si l'on en croit les propos de l'historien François Georgeon dans son article sur le ramadan à Istanbul de la fin du XVIII^e siècle à la veille de la Seconde guerre mondiale, commençaient déjà à être regrettés nostalgiquement dès les années dix [GEORGEON, page 96]. Ces « ramadans d'antan » décrits par François Georgeon sont une période d'intense vie sociale entre les musulmans et de visites multiples pour échanger des cadeaux. Le ramadan est aussi le temps de loisirs : c'est l'occasion de promenades, « probablement la distraction la plus commune du ramadan » [*idem*, page 58], pendant la journée mais aussi en soirée, et de flânerie « devant les étalages qui envahissent les cours de certaines mosquées de la capitale » [*id*, page 59]. On y trouve « tout ce qui [est] en relation avec le ramadan, c'est-à-dire ce qui se [consomme] et ce qui [peut] faire l'objet de présents : des denrées alimentaires, notamment des sucreries, des fruits secs, des dattes, des épices, de la viande séchée (*pastırma*), mais aussi toutes sortes de parfums, d'étoffes, d'habits, des fez, des pantoufles, des articles de coutellerie, du tabac, [...], etc. » C'est aussi l'occasion d'aller au spectacle, voir des représentations de *karağöz*, puis des pièces de théâtre. Le ramadan crée donc une atmosphère festive qui change l'aspect de la ville : la ville s'anime, la nuit s'illumine du fait de la vie nocturne et des lanternes que chacun est tenu d'avoir pour être repéré dans le noir ainsi que des lumières qui, à partir du début du XVII^e siècle ceignent les

⁷⁷ Dans *Constantinople, de Byzance à Istanbul*, Stéphane Yerasimos écrit « La chute de Constantinople fut d'autant plus retentissante qu'elle était prévisible et attendue depuis des siècles. Cette attente résume à elle seule ce sentiment de déclin plus que millénaire qui marque l'Histoire de l'Empire Byzantin. »

minarets et les mosquées [id, page 34]. Même la structure urbaine de la ville change puisque le centre se déplace vers les vieilles et prestigieuses mosquées de la ville, passant ainsi de Beyoğlu, l'Istanbul moderne, vers Stamboul, le vieil Istanbul [id., pages 39 et 71].

La municipalité, en recréant des marchés, en faisant des illuminations ou en organisant des spectacles, présente ces ramadans d'antan comme une tradition turque et plus particulièrement stambouliote. De cette façon, elle en fait quelque chose de figé et d'immuable. En réalité François Georgeon montre bien qu'il y a une évolution sur la période qu'il étudie. Les marchés autour des mosquées que reconstitue la municipalité n'apparaissent sans doute qu'au début du XIX^e siècle [ibidem]. Le ramadan rêvé, festif, moment de réunion de la communauté musulmane, renvoie à un « âge d'or » que l'on peut situer historiquement entre 1860 et 1910. Mais, même durant cet âge d'Or, le ramadan évolue, notamment sous l'influence occidentale : peu à peu, on va au cinémas et dans des salons de lecture, on écoute des pièces de théâtre occidental et de la musique de variété occidentale. Certaines femmes commencent même à se découvrir [id., page 81]. Le déclin des fêtes du ramadan intervient, selon François Georgeon, avant la République, au moment de la Révolution Jeunes Turcs. Il correspond à l'évolution sociale, culturelle, politique d'une société qui s'occidentalise et se sécularise en même temps que le régime se libéralise, mais aussi à une évolution économique, lié à un appauvrissement général dû aux guerres successives et à la perte des provinces de l'Empire. On voit donc combien est artificiel et loin de la réalité historique le fait de figer le ramadan sous la forme d'une tradition alors qu'il est en réalité une pratique qui évolue selon les circonstances historiques. D'autre part, on peut souligner que, si c'est un événement tellement important et joyeux à cette époque, c'est en très grande partie parce qu'il contraste avec le reste de l'année : c'est le seul moment dans les quartiers musulmans où il y a une vie nocturne et où la ville est éclairée, où l'on peut sortir, se promener, aller au théâtre, rendre des visites [id. p35]. Mais c'est aussi un moment de grande oisiveté et de vacances. Tout ce contexte n'a plus cours aujourd'hui.

- La Fête de la tulipe fait référence aux fêtes somptueuses données dans les jardins du palais en l'honneur de la tulipe et organisées chaque printemps au moment de la pleine lune par le sultan Ahmet III (1703-1770). Mais ces fêtes ne constituent en rien une tradition ottomane. Elles sont au contraire circonscrites à une période précise et relativement courte. En revanche, la tulipe fait partie des motifs les plus utilisés dans l'art ottoman ; on la retrouve sur les carreaux d'Iznik qui ornent les mosquées et les palais, sur la vaisselle, sur les miniatures.

Dans un livre sur l'art turc⁷⁸, les tulipes sont cités en premières parmi d'autres fleurs particulièrement appréciées. Ce goût pour les motifs floraux date du début de l'Empire et de sa période de grande prospérité, où s'épanouissent les arts, le XVI^e siècle. L'évolution de l'art ottoman de la période seljoukide à la période ottomane est celle d'une disparition quasi totale des motifs figuratifs au profit des motifs floraux qui deviennent prédominants mais aussi plus réalistes [AKURGAL, page 182] : « les dessins représentent de façon réaliste des tulipes, des oeillets, des roses, des boutons de roses, des violettes, des jacinthes, des grenades en fleur, des pivoines, des branches printanières, des pommiers et des cyprès, des grappes de raisin, des bouquets de fleurs, des vases, des lampes de mosquées, des grandes feuilles à palmettes, des médaillons, des arabesques, des grands caractères sülüs, des imitations de marbres, des figures d'animaux et d'oiseaux. » [idem, page 183]. Cette présence de la tulipe se retrouve durant toute la durée de l'Empire. A la fin du XVIII^e siècle, sous le règne du sultan Ahmet III, à un moment de renouveau de l'art ottoman, on « introduit de nouveaux dessins tels que des fleurs baroques, de grandes roses, des tulipes élancées ressemblant à un épi de blé, et des images de la Ka'ba dessinées dans le style de la miniature selon les règles de la perspective. » [idem, page 205]. D'autre part, la tulipe a donné son nom à une période de l'Empire ottoman qui va de 1703 à 1730 et qui est appelée « époque des tulipes », du fait de l'engouement pour cette fleur sous le règne du sultan Ahmet III.



Planche 55 : Motifs floraux (oeillets) sur des carreaux d'Iznik du palais de Topkapı (1) (31/05/2007)



Planche 56 : Motifs floraux (oeillets) sur des carreaux d'Iznik du palais de Topkapı (2) (31/05/2007)



Planche 57 : Motifs floraux (oeillets) sur des carreaux d'Iznik du palais de Topkapı (3) (31/05/2007)

⁷⁸ AKURGAL Ekrem, sous la dir., 1981, *L'art en Turquie*, Office du livre, Fribourg, 268 pages.

La tulipe est donc un motif central de l'art ottoman et qui est choisi comme symbole de cette époque. Pour les concepteurs de la manifestation et pour la municipalité, la référence est très claire⁷⁹. C'est l'objectif même de la manifestation : « rappeler une belle tradition ottomane »⁸⁰. Or, que peut représenter une fleur, la tulipe ?

La tulipe évoque la beauté, la splendeur, l'élégance, le raffinement d'Istanbul durant la période ottomane, âge d'or pour la ville, alors d'un agrément incommensurablement plus grand qu'aujourd'hui. Cela rejoint le discours des édiles qui promettent depuis des années de permettre à nouveau aux Stambouliotes de se baigner dans le Bosphore, comme au début du siècle. Dans ces discours s'exprime avant tout une certaine nostalgie d'un temps où la ville n'était pas ce qu'elle est aujourd'hui : une métropole polluée, sans cesse encombrée par les embouteillages, hyper étalée, hyper peuplée. On omet alors d'évoquer la saleté et la misère des quartiers populaires de la péninsule historique notamment.

II.3.1.2. L'assimilation entre la gloire de l'Empire ottoman et celle de la nation turque

Le souvenir de la Conquête ou des traditions est toujours présenté comme l'héritage des Stambouliotes mais aussi plus largement des Turcs. Ces manifestations sont toujours un moment de glorification nationale.

Le festival de la tulipe est le moment de rappeler que les inventeurs de la tulipe sont les Turcs et non les Hollandais. Cette revendication est assez récente et vient caresser le nationalisme très développé des Turcs, dont les mérites sont encore une fois bafoués.

Quand à la commémoration, c'est aussi un moment d'exaltation nationaliste. Le concert, qui fait suite à la projection, est l'occasion pour tous les spectateurs de sortir et d'agiter son drapeau. C'est un moment de grande excitation qui semble être vécu comme le moment de détente et de relâchement après la concentration. Cette agitation dure toute la durée du concert mais se redouble à certains moments, certainement au moment des chansons les plus connues.

⁷⁹ Voir page 38.

⁸⁰ Entretien avec Altay Ünaltay, cadre chez Kültür A.S..



Planche 58 : Ambiance festive pendant le concert de la commémoration de la Conquête sur les rives de la Corne d'Or (1) (29/05/2007)



Planche 59 : Ambiance festive pendant le concert de la commémoration de la Conquête sur les rives de la Corne d'Or (2) (29/05/2007)

Planche 60 : Ambiance festive pendant le concert de la commémoration de la Conquête sur les rives de la Corne d'Or (3) (29/05/2007)



Or, comme le rappelle Jean-François Pérouse, le lien qui assimile ottoman et turc est loin de la réalité historique : « En effet, le discours qui le présente comme une victoire « turque » évacue toutes les nuances nécessaires quant à l'usage de ce terme à la fin du XV^e siècle, le « Turc » étant largement une création de l'Occident, rassemblant sous un terme unique toutes les figures de l'Ottoman, pourtant irréductibles à une prétendue ethnie. L'ethnisation nationaliste des armées ottomanes apparaît donc comme une violence faite à l'histoire. » [PEROUSE, page]

En effet, le paradigme impérial ne conçoit pas l'idée de nation. Si l'on parle de peuple, ce n'est jamais sur le critère ethnique ou linguistique, mais toujours sur le critère religieux. L'Empire recense des juifs, des chrétiens et des musulmans, parmi lesquels des turcs et des arabes. A partir du milieu du XV^e siècle « les non-musulmans, [...], selon le droit islamique, sont constitués en communautés juive, grecque orthodoxe et arménienne placées sous la direction de leurs chefs religieux. » [ZARCONE, page 39]. L'Empire ne reconnaît pas légalement d'identité ethnique mais une identité religieuse, distinguant les musulmans, les

chrétiens orthodoxes – appelés *Rum*, les chrétiens orientaux – appelé *Ermeni*, et les juifs. L'Empire parle de musulmans, mais non de Turcs.

La langue turque ne constitue pas plus un point de ralliement historique fort. A Istanbul, l'élite politique et sociale, le sultan et son entourage, ne parlent pas le turc mais l'ottoman, une langue de syntaxe turque mais de vocabulaire à 80% arabe et persan⁸¹.

Enfin, parmi les différents nationalismes qui se déclarent et qui secouent l'Empire à partir du milieu du XIX^e siècle, le nationalisme turc, qui n'apparaît véritablement qu'au début du XX^e siècle, est le plus tardif. Il est issu de la rencontre de deux courants qui s'étaient développés à la fin du XIX^e siècle, le « Mouvement des musulmans de Russie » qui recherche l'union des peuples turcs pour résister au panslavisme, et le « Mouvement savant et culturel », né à Istanbul, qui réunit des intellectuels influencés par les découvertes de turcologues occidentaux et à la recherche du passé et de l'identité des Turcs. La rencontre entre ces deux courants se produit en Turquie après la révolution de 1908, appelée Révolution Jeunes Turcs. A la fin de l'année, était fondé à Istanbul le premier club « nationaliste », l'Association turque (*Türk derneği*), qui rassemblait des intellectuels turcs de Russie et des savants ottomans. » [MANTRAN, 1989, page 591]. Cependant, « la prise du pouvoir par les Jeunes-Turcs – qui ne se sont appelés ainsi que par les occidentaux – se fait encore au nom de l'ottomanisme, et il faut attendre 1912, l'année de la guerre des Balkans, pour que le nationalisme turc apparaisse soudain comme la seule planche de salut avant la déroute » et ne se constitue en véritable force politique [YERASIMOS, 1994, page 39]. « C'est alors que l'Anatolie, où affluent les réfugiés des Balkans, est proclamée *in extremis* la patrie de la nation turque. » [*ibidem*].

Il faut aussi souligner que le rapport du pouvoir politique impérial avec l'Islam est beaucoup moins simple qu'il n'y paraît : si l'« islam est religion d'Etat et socle de la

⁸¹ La langue ottomane, langue des élites politiques, religieuses et culturelles sous l'empire est aujourd'hui une langue morte lue par une poignée d'universitaires soucieux d'avoir un accès direct aux sources ottomanes. La langue turque parlée aujourd'hui en Turquie est une langue entièrement recomposée à partir des dialectes turcs parlés en Anatolie. Le travail opéré par la République sur la langue n'a donc pas été un simple changement d'alphabet mais la substitution de l'ancienne langue des élites par une nouvelle langue, créée de toute pièce. On peut lire à ce sujet l'article intitulé « La Révolution au pied de la lettre, L'invention de l'alphabet turc » de Birol Caymek et Emmanuel Szurek. Les auteurs analysent cette révolution linguistique comme un moyen pour asseoir le pouvoir républicain en retirant aux vieilles élites encore attachées à l'Empire le savoir qui leur garantissait leur autorité et en faisant accéder à leur place de nouvelles élites forcément attachées au nouveau régime puisque lui devant tout.

légitimation du pouvoir impérial » [MASSICARD, page 55], l'Empire ottoman n'a cessé de lutter contre les autorités religieuses pour les domestiquer.

Enfin, la tolérance de l'Empire sur laquelle on insiste beaucoup dans toutes les brochures touristiques⁸² est elle aussi magnifiée. La liberté de culte pour les « gens du Livre » et l'interdiction du prosélytisme envers ces mêmes personnes est un précepte du Coran que l'Empire a globalement respecté comme la plupart des Etats musulmans. Le trait par lequel l'Empire se distingue est l'autonomie qu'il a accordée aux groupes religieux non musulmans. Ce statut d'autonomie évolue avec le temps, généralement plus pour tenter de résoudre des difficultés internes que pour des raisons philanthropiques. Il est d'abord attribué par Mehmet le Conquérant au patriarcat grec dès son arrivée dans la ville car il redoute une alliance de ce dernier avec ses adversaires de la chrétienté occidentale. Mais l'autonomie accordée ne concerne alors que les affaires religieuses, comme l'organisation du culte. Les pouvoirs judiciaires se limitent « aux affaires concernant les clercs et, pour les laïcs, à des questions de droit privé et de statut personnel (mariages, tutelles, héritages) aux incidences religieuses directes. [...] Il n'est pas encore question à la fin du XVI^e siècle d'une véritable administration des orthodoxes par les cadres religieux et c'est par un anachronisme fréquent qu'on fait remonter aussi loin le système de *millet* qui n'apparaît en fait [...] que dans la période suivante » [MANTRAN, 1989, page 298]. C'est au XVIII^e siècle que les réformes fiscales de l'Empire tentant de lutter contre la corruption de ses précepteurs conduisent au développement des autonomies communautaires, notamment religieuses, et amènent les autorités religieuses des non musulmans à « sortir plus que par le passé de [leurs] fonctions purement spirituelles. C'est alors que la communauté confessionnelle commence à devenir cette unité administrative autonome que désignera au XIX^e siècle le terme de *millet*, et qui apparaîtra alors comme un rouage essentiel du fonctionnement de l'Empire. » [MANTRAN, 1989, page 331]. Si c'est au XIX^e siècle que l'autonomie des communautés non musulmanes est la plus large, c'est aussi à ce moment-là que leur statut tend le plus vers une égalité avec les musulmans. En effet, au moment où il est menacé par la puissance économique et militaire de l'Europe, l'Empire tente de se consolider en assurant l'union fraternelle de tous les peuples qu'il contient. Pour cela, il « multiplie les gestes de bienveillance à l'endroit des minorités. Par le rescrit impérial du Gülkhâne, il promet à tous les sujets de l'Empire, quelles que fussent leurs races et leurs religions une parfaite sécurité quant à leur vie, leur honneur et leur fortune, le respect de leur droits légaux et une réforme du système fiscal allant dans le sens de l'équité.

⁸² Nous anticipons ici un point qui sera abordé dans la troisième partie (pages 117 à 121)

Promulgué au lendemain de la guerre de Crimée, sous la pression des puissances alliées de l'Empire, le firman de réforme de 1856 s'engagera encore plus loin dans la voie des concessions en garantissant aux minoritaires la liberté du culte, l'égalité avec les musulmans devant la justice et devant l'impôt, l'accès à toutes les instances administratives et, surtout, la libre jouissance de leurs immunités traditionnelles, notamment en matière d'organisation interne des communautés. » [MANTRAN, 1989, page 497].

Jusqu'aux réformes du XIX^e siècle, tolérance ne signifie donc pas égalité. Jusque-là, les musulmans n'ont pas le même statut juridique que les non musulmans et sont privilégiés par rapport à eux. En échange de leur autonomie et de la protection du sultan, les communautés religieuses non musulmanes paient une « capitation appelée *djizya* ou *kharâdj*, marquant leur soumission à la domination musulmane [...] [et] font l'objet de divers mesures discriminatoires. » [HITZEL, page 84].

Des historiens comme İlber Ortaylı, souvent cités dans des journaux proches de l'AKP et faisant à ce titre figurent d'historiens officiels, défendent ce type de visions partisans de l'Empire. Ces historiens ne sont cependant pas majoritaires sur la scène universitaire turque, la plupart des universitaires turcs dénonçant cette vision de l'Empire. C'est le cas par exemple d'Ahmet Kuyas, spécialiste de la fin de l'Empire ottoman et particulièrement intéressé par la question de la fabrication et de l'usage de l'historiographie officielle en Turquie⁸³. Selon lui, les recherches scientifiques sur l'Empire ottoman pour démontrer qu'il était un régime islamique ont cessé. « Ils [les étudiants islamiques] ont commencé dans les années quatre-vingt-dix et comme ils ont vu qu'ils ne pourraient jamais démontrer que l'Empire ottoman était un Etat islamique, ils ont arrêté. Maintenant, c'est terminé, ils sont passés à de l'histoire quantitative. » Mais les hommes politiques de l'AKP, l'opinion publique, le « petit peuple » comme il les nomme, continuent d'avoir cette perception extrêmement fausse de l'Empire ottoman : « Par exemple, ils s'imaginent que tous les Ottomans avaient quatre femmes et que donc il devait y avoir quatre fois plus de femmes que d'hommes ! Ce qui est la vérité, c'est qu'à peine 1% des hommes en avait plus d'une. Ils ne veulent pas voir non plus que tous les sultans buvaient du vin et s'enivraient, que le vin est présent dans toute la poésie ottomane, que la tulipe elle-même a très souvent servi d'image pour symboliser la coupe de vin ! S'ils connaissaient la vie des sultans ! Si l'on interroge des gens dans la rue, la plupart vous diront

⁸³ Ahmet Kuyas est professeur à Galatasaray. Il a récemment participé à l'élaboration d'un manuel d'histoire de classe Terminale « alternatif », *Gençler için çağdaş tarih*, 2007, coédité par Hachette et Epsilon, Paris et Istanbul.

que l'Empire était une théocratie. Ce qui est absolument faux. Ils ne peuvent pas comprendre qu'à l'Assemblée de la Seconde monarchie constitutionnelle, seule la moitié des députés étaient turcs, qu'il y avait des musulmans non turcs et même des non musulmans. Qu'à la fin du XIX^e siècle, la bourgeoisie ottomane - puisqu'on ne peut pas parler de noblesse - parlaient au moins deux, souvent trois langues, l'ottoman, le français, l'anglais. »

Notre objet n'est pas de rétablir la réalité historique. Ces quelques rappels sont là simplement pour montrer que la vision de l'Empire ottoman qui est présentée est une vision déformée, très loin de la réalité historique. L'Empire ottoman est idéalisé, pour ne pas dire fantasmé : il constitue un âge d'Or, une période de prospérité et d'harmonie entre le pouvoir politique et la religion musulmane. L'histoire est donc reconstruite en fonction d'une idéologie et pour lui servir d'argument.

III.3.2. La diffusion de mythes, la diffusion de valeurs

L'Empire est l'objet d'un investissement affectif car la municipalité croit y retrouver les valeurs auxquelles elle se rattache, et en particulier les valeurs religieuses. Revaloriser l'identité ottomane de la ville est un moyen d'inscrire ces valeurs dans la ville.

- La tulipe ne fait qu'évoquer discrètement la période de raffinement que fut la période ottomane. Elle suggère avec nostalgie une époque heureuse où Istanbul était belle et particulièrement agréable à vivre. La place qui était faite aux valeurs religieuses n'est pas directement évoquée sauf à de très rares moments quand il est question de la tolérance religieuse sous l'Empire, dont la tulipe devient un des symboles. On peut prendre l'exemple de la tulipe en plâtre exposée sur la place de Taksim sur laquelle sont représentées une église, une mosquée et une synagogue. A ce titre, le raffinement et l'harmonie que symbolise la tulipe ont aussi leur retranscription au niveau socio-politique.

- Lors de la commémoration de la Conquête, le lien qui est fait entre le fait d'être turc et l'avènement de l'islam est très clair. En témoigne le redoublement d'acclamation et d'applaudissement au moment précis où les Ottomans font la première prière dans la ville. Cette scène est d'ailleurs plus longue que les autres. La plupart des images, comme nous

l'avons déjà dit, fonctionne par flash et sont très allusives. Cette scène au contraire fait l'objet d'un arrêt et d'une longue pause, où l'on voit une foule d'hommes habillés et enturbannés de blanc se baisser et se relever à trois ou quatre reprises. Cette pause rend compte de la concentration et de l'importance accordée à cet acte par les hommes en prière et, par là, de leur caractère éminemment religieux. Ainsi, le film porte un message très clair : la victoire des Turcs est aussi celle de l'islam. En célébrant la victoire des Ottomans on célèbre la victoire de l'islam et son entrée dans la grande cité de Constantinople qui devient alors Istanbul. Le passage de Constantinople à Istanbul, ce n'est pas simplement le changement d'empereurs, c'est surtout la victoire d'une religion sur une autre.

- Quand à la tentative de la municipalité de réactiver les festivités du ramadan et de les réinscrire spatialement au cœur de la péninsule historique, elle peut être interprétée comme une tentative de replacer le ramadan au cœur de l'espace public et de la vie sociale. Au cours du XX^e siècle, le ramadan perd en effet le statut central dans la vie de la cité qui avait été le sien pendant des décennies. A partir de l'époque républicaine, il se « normalise » : dès les années vingt, l'Etat « ne veut plus tenir compte d'horaires particuliers qui seraient imposés pour des raisons religieuses » [id, page 96]. La tendance historique au cours du XX^e siècle est celle-ci : « le ramadan correspond peu à peu à l'idée kémaliste : la religion est une affaire privée qui ne doit pas affecter la sphère de la vie publique [...]. Le ramadan commence à refluer du public vers le privé. » [ibidem].

La centralité spatiale du ramadan n'a rien d'anodin. Elle a sa transposition au niveau social. En effet, selon François Georgeon, « à la fin du XVIII^e siècle - et cela va continuer tout au long du XIX^e siècle, le ramadan occupe des espaces centraux dans la ville traditionnelle de Stamboul : l'hippodrome, Divanyolu, la place de Beyazid. A l'époque républicaine, la situation est toute différente : le dernier quartier du ramadan, Direklerarasi, a décliné dans les années trente sans être remplacé, et d'autre part, le centre de la ville n'est plus à Stamboul, mais à Beyoğlu, la ville européanisée, - trop occidentale pour servir de refuge aux activités du ramadan. Désormais, il n'y a plus d'espace propre au ramadan, le ramadan n'est plus « au centre ». » [id., page 98] Par cette dernière formule, François Georgeon suggère que la perte d'un espace central propre signifie aussi la perte d'un statut central dans la société d'Istanbul, dans la vie des Stambouliotes. En réinvestissant les quartiers historiques autour de Sultanahmet pendant les mois du ramadan, on peut donc penser que la municipalité tente de

corriger la tendance provoquée par la République⁸⁴ : en tentant de recréer un centre pour le ramadan, elle tente aussi de lui redonner une place centrale dans la vie des Stambouliotes et de rappeler la religion dans l'espace public. Il s'agit de faire en sorte que, à nouveau, comme à l'époque ottomane⁸⁵, les valeurs centrales de la société musulmane s'expriment pleinement et publiquement pendant le ramadan.

⁸⁴ Les aspects économique de cette « normalisation » ne sont cependant pas remis en cause : il n'est pas question que la période du ramadan soit celle de l'oisiveté.

⁸⁵ « Il se produit donc incontestablement pendant le ramadan un ressourcement identitaire sur l'islam qui met en jeu ses valeurs, son histoire, son espace. [...] En temps ordinaire, la société musulmane d'Istanbul, atomisée dans ses quartiers, sans tête véritable, est plutôt moins organisée, moins soudée que les Grecs, que les Arméniens ou que les Juifs, qui constituent des groupes très structurés, coiffés respectivement par les deux patriarchats et le rabbinat, et encadrés par les écoles et les réseaux d'entraide communautaires. [...] En somme le ramadan correspond pour les musulmans à une période de ressourcement identitaire, de cohésion du groupe, de resserrement du lien social, de meilleur encadrement. C'est le moment où ils constituent vraiment un *millet*, une communauté ethnico-religieuse, pouvant faire jeu égal les autres *millet* non-musulmans – mais seulement un mois de l'année sur douze. » [GEORGEON, page 83-84]

Troisième partie :

Entre conception restreinte de la culture et ouverture au monde globalisé

Nous avons montré jusqu'ici que la politique culturelle de la municipalité du Grand Istanbul se caractérise par une vision de la culture figée autour de l'identité nationale. Principale caractéristique d'un peuple, la culture le rassemble en même temps qu'elle le différencie : c'est donc un système invariant, clos, hérité, et non soumis aux influences extérieures.

Cette perception identitaire de la culture caractérisée par le repli sur soi n'est pourtant pas l'image que la municipalité du Grand Istanbul souhaite donner d'elle à l'extérieur. Au contraire, comme la plupart des responsables des métropoles internationales [ANTIER, page 209], « les milieux dirigeants d'Istanbul [...] sont travaillés par un désir d'internationalité et de reconnaissance internationale, dont l'ouverture de l'économie turque à partir du début des années 1980 a permis l'éclosion. » [PEROUSE, 2007, page 1]. Dans une économie mondialisée d'« archipel » où les pouvoirs économique, financier et politique se concentrent dans quelques pôles métropolitains qui communiquent entre eux et non plus avec leur arrière-pays [SASSEN, pages 32-33 et 39-49], l'enjeu est d'insérer Istanbul dans ce réseau d'échanges ségrégant et de la faire reconnaître comme une métropole mondiale de premier rang. Les édiles multiplient alors les slogans rappelant l'internationalité à la fois millénaire et actuelle d'Istanbul : « Les qualifications, relevant toutes de l'autopromotion et de la déclaration d'intention, vont bon train depuis lors et se multiplie : « ville-monde », « ville-carrefour », « ville de rencontre », « *city of civilisations* », « berceau universel des civilisations »... [...] » [PEROUSE, 2007, page 1].

La municipalité ne récuse pas la mondialisation des échanges ; elle y voit au contraire le facteur de son développement économique. Ainsi, elle s'ouvre pleinement aux flux de tous ordres dont la densité caractérise la mondialisation : flux humains, flux médiatiques, flux matériels. Elle fait aussi des choix d'aménagements et de développement de la ville qui, « relevant d'une grammaire internationale, somme toute banale, des politiques urbaines dans les grandes villes » [*idem*, page 2] témoignent de la volonté de se conformer aux formes

mondialisées de l'urbanisme et de l'urbanité : développement d'un « centre des affaires », d'un métro, revalorisation du centre ancien, encouragement à la création d'un technopôle, mais aussi d'infrastructures hôtelières de standing pour accueillir congrès et touristes internationaux, candidature répétée pour accueillir les jeux olympiques [*idem*, pages 3 à 18]. Dans le même temps, elle développe tout une activité promotionnelle pour favoriser son attractivité à l'échelle internationale, la médiatisation de la ville et de ses atouts étant considérée comme élément indispensable pour attirer les investissements porteurs - en particuliers les technologies de l'information et de la communication (TIC) qui sont particulièrement convoités car associés à l'image des villes du XXI^e siècles gagnantes [ANTIER, page 209] - et le tourisme international. L'image qu'il s'agit de donner de soi est alors celle d'un lieu non pas crispé sur une identité unique et figée mais ouvert sur les autres, multiculturel, cosmopolite.

La confrontation de cette ambition d'internationalisation à l'orientation de la politique culturelle, peut surprendre. Notre objectif n'est cependant pas d'en rester à la constatation de contradictions mais plutôt de les défaire et de comprendre la cohérence et la logique des discours et des politiques menées. Nous nous intéresserons dans un premier temps à la manière dont sont conçus les rapports entre modernité et tradition et comment est légitimé la nécessité du maintien de cette dernière en fonction de la première. Dans un deuxième temps, nous nous intéresserons aux outils promotionnel du marketing urbain pour montrer en quoi ils sont finalement bien adaptés à une vision figée de la culture qui se pense comme tradition et patrimoine.

III.1. La résolution postmoderne de l'antagonisme entre tradition et modernité

Jusqu'ici nous nous sommes uniquement intéressés à la politique culturelle, comme discours sur l'identité. Au début de cette troisième partie, nous relevions le contraste entre l'identité brandie, exclusivement « nationale », et la volonté de paraître moderne, internationalisé. Le cas de la société Ismek dont l'activité se situe à mi-chemin entre le social et le culturel, nous semble apporter des éléments de compréhension pour dépasser la contradiction. Nous pouvons en effet interpréter son action comme s'inscrivant dans un courant de pensée qui revendique la tradition comme recours indispensable pour mieux vivre la modernité : face à une vie moderne déstructurante pour les individus, nous avons besoin des attaches et des repères stables que nous fournit la tradition.

III.1.1. La société mixte Ismek

III.1.1.1. Présentation

Ismek (Istanbul Büyükşehir Belediyesi Sanat ve Meslek Eğitimi) est une société mixte d'utilité publique pour l'éducation artistique et la formation professionnelle. Financée par la municipalité du Grand Istanbul, son statut est le même que celui de Kültür A.Ş.⁸⁶. Créée en 1996 par Erdoğan⁸⁷, alors à la tête de la gestion municipale, elle peut être considérée comme relevant spécifiquement de la politique municipale AKP.

Elle gère aujourd'hui une enveloppe allouée par la municipalité de 50 000 millions de YTL en 2006 et compte à cette date 150000 inscriptions. Elle dispose d'un très grand nombre de centres dans la ville, installés généralement dans des locaux prêtés par la municipalité⁸⁸. Les deux principaux objectifs qu'elle affiche sont la formation continue pour un public qui a quitté les rangs de l'école et la sensibilisation à l'art et à la culture pour un public qui n'y a

⁸⁶ Voir page 23.

⁸⁷ Erdoğan fut élu maire d'Istanbul en 1994. Il exerça cette fonction jusqu'à son emprisonnement en 1998. En 2001, il fonda l'AKP qui remporta les élections parlementaires de 2002. Il est Premier ministre depuis 2003.

⁸⁸ Voir page 31.

pas forcément accès. Les deux objectifs ne sont d'ailleurs pas exclusifs l'un de l'autre puisque l'un des *credo* d'Ismek est de lier la formation artistique ou artisanale à l'insertion économique – les réalisations artisanales pouvant être vendues.

Ismek s'adresse avant tout à un public populaire, ce que confirment le relevé et l'analyse de la localisation de ses centres de formation. Ismek donne des cours dans des centres répertoriés dans trente municipalités d'arrondissement de la ville. Dans les quartiers aisés, généralement de centre ville, les centres sont peu nombreux : à Beşiktaş, on ne trouve que deux centres, de même qu'à Şişli et qu'à Beyoğlu. En revanche, il y en a onze à Küçükçekirceci, huit à Gaziosmanpaşa, et respectivement cinq et onze à Eyüp ou Fatih, quartiers traditionnels et populaires connus pour la forte implantation de l'AKP. Ces municipalités sont certes plus peuplées que celles du centre ville, mais le différentiel n'atteint pas ces proportions.

Ismek propose des cours dans sept branches d'activités (dans l'ordre dans lequel ils apparaissent sur le site Internet) : Artisanat d'art (*El sanatları*), artisanat d'art turco-islamique (*Türk islam sanatları*), cours d'enseignement professionnel et technique (*Meslevi ve teknik eğitimler*), cours d'informatique (*Bilgisayar teknolojileri*, technologie informatique), cours de sport (*Sağlık ve sport*, santé et sport), cours de langue, cours de musique, stage (*Süreli eğitimler*).

On peut distinguer deux catégories de cours : les cours d'enseignement professionnel et les cours d'artisanat. Dans la première catégorie, on trouve des cours de jardinage, de photographie, de stylisme, de cuisine ottomane, de coiffure, de cinéma-TV, de turc, de cuisine, d'assistance maternelle, de tricotage (*Trikotaj*), de conception de bijoux (*Taki tasarim*), de programmation radio, de journalisme, de service à domicile, de tailleur masculin, de prêt-à-porter, entrepreneuriat (*Girisimcilik*), de diction (*Diksiyon*), de réparation d'ordinateur, de barbier. On peut aussi y ajouter les cours de langues. Trois langues sont proposées : l'anglais, l'arabe et l'ottoman.

Dans la seconde catégorie, on peut placer les trois rubriques que sont la musique, les arts turco-islamiques et l'artisanat d'art. Il nous semble intéressant de faire le relevé de toutes les ateliers proposés dans cette rubrique car il témoigne d'un choix bien particulier.

Les cours de musique sont essentiellement des cours de musique traditionnelle turque. Cela se perçoit d'abord par les instruments proposés : le *tambur* (guitare à deux corde), le ney, le luth (*ud*), le *tambur* du plateau anatolien (*yayli tambur*), le *baglama* (instrument à trois corde), le *kabak kemane* (sorte de violon fabriqué dans une courge), le *kanun* (sorte de

cithare), le *kaval* (flûte de berger, pipeau), le *klasik kemençe* (sorte de petit violon). Seuls font exception les cours de guitare, de piano, et de violon. Quant aux genres proposés, hormis le cours de musique occidentale (*bati mûsiği*), on trouve des cours de musique artistique turque (*Türk sanat müsik*), et de musique nationale turque (*Türk halk müsik*).

L'art turco-islamique regroupe des travaux de faïence, de papier marbré (*ebru*), de miniature, de calligraphie (*nat, kalem iş*), de dorure, de nacre, de vitrail, de céramique et de mosaïque.

Enfin, au sein de la rubrique artisanat d'art, on trouve les activités suivantes : prêt-à-porter fantaisie, peinture sur bois, sur verre et sur soie, décors sur verre, accessoires en cuir, broderie à la main et à la machine, travail de l'argent, *igne oyası* (petite dentelle travaillée à l'aiguille), peinture sur soie et sur tissu, *kurdele nakısı* (broderie sur ruban), broderie à la machine, tapis, mosaïque, peinture, relief, céramique, *tel kirma* (plissage de fil de fer), *telkari* (ouvrage en filigrane), vitrail, *yün örücülüğü* (laine tréssée).

L'estampillage systématique des adjectifs « turque », « anatolienne », ou « ottomane » ou des références explicites à ces notions est frappant. Une rubrique entière est d'ailleurs consacrée à cette dernière appellation sous le terme de « turco-ottoman ». Nous ne souhaitons pas revenir ici sur la portée de ces termes, mais insister sur le primat donné, dans le contexte précis de la société Ismek, à l'artisanat traditionnel.



Planche 61 : Atelier Ismek dans le quartier de la petite Sainte Sophie (1) (29/05/2007)



Planche 62 : Atelier Ismek dans le quartier de la petite Sainte Sophie (2) (29/05/2007)



Planche 63 : Atelier Ismek dans le quartier de la petite Sainte Sophie (3) (29/05/2007)

3.1.1.2 Le primat donné aux cours d'artisanat traditionnel à destination des femmes

Ismek a une vocation sociale : elle s'adresse à un public populaire des quartiers et des arrondissements périphériques. Elle a pour but leur insertion économique et sociale. Pour répondre à cet objectif, elle semble avoir misé sur la dimension artisanale, artistique (la musique) ou culturelle (l'ottoman) plus que sur la dimension professionnelle.

Les cours de formation professionnelle sont tout d'abord, si on les énumère et que l'on compare leurs fréquences, moins nombreux et moins récurrents que les autres. Certaines formations professionnelles comme le tricotage semblent par ailleurs quelque peu obsolètes et se distinguent mal des formations en artisanat.

Le choix de l'ottoman et de l'arabe comme les deux seules autres langues en dehors de l'anglais témoigne aussi de la moindre importance accordée à l'aspect professionnel sur l'aspect culturel. En effet, en terme de formation continue et d'insertion professionnelle, l'ottoman ne concerne qu'une élite d'universitaire⁸⁹ mais certainement pas le public d'Ismek ; quant à l'arabe, son utilité directe est peu sûre vu la faiblesse des relations politiques et commerciales entre la Turquie et les pays arabes. L'apprentissage de ces deux langues participe donc plus de la culture et de l'enrichissement personnel que de la formation professionnelle.

Enfin, l'objectif économique des formations en artisanat – rapporter un complément de salaire au ménage par la vente des objets fabriqués – est peu crédible. Le temps qu'exige la réalisation des objets artisanaux suivant les techniques traditionnelles ne peut les rendre rentables. On trouve d'ailleurs des faïences réalisées par les ateliers Ismek dans les boutiques de certains musées à des prix extrêmement élevés, à notre avis dissuasifs pour la plupart des touristes, même étrangers.

Par ailleurs, la société Ismek communique beaucoup dans la ville mais uniquement sur son activité d'artisanat. Très présente lors des événements organisés par la municipalité, nous

⁸⁹ L'ottoman est la langue parlée et écrite par les élites politiques et religieuses avant la révolution kémaliste. La langue turque parlée en Anatolie est en réalité divisée en de multiples patois et dialectes. La « révolution linguistique » débuta officiellement en 1928, lorsque les nombres écrits en arabe furent remplacés par leurs équivalents occidentaux. Aujourd'hui, cette langue n'est plus du tout parlée. Il existe simplement depuis quelques années plusieurs cours d'ottoman à destination essentiellement d'une élite universitaire et en particulier d'historiens intéressés par la période ottomane et qui ont besoin d'avoir un accès direct aux sources.

avons pu, lors de notre séjour, observer ses stands à trois reprises : lors de la Fête de la tulipe, lors d'une exposition organisée dans une salle de la station de métro de Taksim, lors du festival des pays tatars. Ismek dispose en plus de son propre magasin sous le pont de Galata, passage très fréquenté par les touristes. Enfin, on trouve aussi les productions Ismek dans les boutiques des musées.



Planche 64 : Entrée de la tente Ismek à la Fête de la tulipe, place de Taksim (7/04/2007)



Planche 65 : A l'intérieur de la tente Ismek (1) (7/04/2007)



Planche 66 : A l'intérieur de la tente Ismek (2) (7/04/2007)



Planche 67 : A l'intérieur de la tente Ismek : bijoux (7/04/2007)



Planche 68 : A l'intérieur de la tente Ismek : boîtes à bijoux (7/04/2007)



Planche 69 : A l'intérieur de la tente Ismek : cadres de poupées (7/04/2007)



Planche 70 : A l'intérieur de la tente Ismek : peintures de tulipe (7/04/2007)



Planche 71 : Entrée de l'exposition Ismek à l'intérieur de la station de métro Taksim (06/2007)



Planche 72 : A l'intérieur de l'exposition (06/2007)



Planche 73: A l'intérieur de l'exposition : une femme se fait photographier devant l'ouvrage qu'elle a réalisé (06/2007)



Planche 74 : A l'intérieur de l'exposition : broderie (1) (06/2007)



Planche 75 : A l'intérieur de l'exposition : broderie (2) (06/2007)



Planche 76 : A l'intérieur de l'exposition : broderie (3) (06/2007)



Planche 77 : A l'intérieur de l'exposition : broderie (5) (06/2007)



Planche 78 : A l'intérieur de l'exposition : broderie (4) (06/2007)

Comment interpréter alors ce primat donné au « culturel » sur le professionnalisant, alors même qu'Ismek a une vocation d'insertion professionnelle et sociale envers les habitants démunis ? La question est celle de la vertu dont est investie la dimension culturelle - entendue comme socle identitaire - sur le plan social.

Cette question se redouble d'un autre élément, celui du public prioritairement concerné : les femmes. Il n'y a en effet quasiment pas d'hommes dans les cours d'artisanat. On peut supposer, vu les horaires des cours (toujours dans la journée), qu'il s'agit en grande majorité de femmes au foyer sans emploi payé, ce qui constitue d'ailleurs la grande majorité des femmes turques. Lorsque nous les avons rencontrées au cours d'expositions et d'une visite d'atelier, nous remarquons que toutes sont voilées ce qui est loin d'être le cas de toutes les stambouliotes et ce qui, à Istanbul, est marqué politiquement. Ces groupes de femmes, très homogènes dans leurs tenues vestimentaires, font figures d'un entre-soi, de réseaux fermés, ainsi que d'un modèle de la femme stambouliote garante des traditions : elles transmettent tout à la fois les savoir-faire traditionnels et l'idée d'une certaine structure familiale et d'un certain rôle des femmes dans la société.

La démarche d'Ismek ne peut donc pas être réduite à l'idée d'apporter aux femmes un revenu subsidiaire par la vente des objets fabriqués. Elle s'inscrit dans une pensée beaucoup plus globale sur la force de la tradition dans nos sociétés modernes.

III.1.2. Ismek et le postmodernisme

III.1.2.1. Une vision alarmiste des conséquences de la modernité sur les individus

Sur un plan philosophique, la modernité est couramment définie comme le paradigme qui débute avec la Renaissance européenne et se déploie avec la pensée des Lumières. Celui-ci accorde toute confiance dans la Raison qui, en abolissant les croyances et superstitions anciennes, apportera, notamment grâce à la science et aux techniques, le progrès économique, social, mais aussi moral [DORTIER, page 341]. Désormais, l'individu, concept qui naît lui-même avec la modernité, est libre car il pense à partir de sa propre raison. Dans le même temps, la modernité affranchit des contraintes sociales qu'impose l'appartenance à des communautés, quelles qu'elles soient : religieuses, ethniques, professionnelles, familiales.

L'individu est libre car il se projette dans l'universel et n'est pas prisonnier des identités particulières.

Les désastres causés par les technosciences, les abominations des guerres mondiales, le nazisme, mettent fin à la croyance dans le progrès irréversible qu'apporte l'usage de la Raison. Ainsi dans *La condition postmoderne* publiée en 1979, François Lyotard qualifie de postmoderne la condition des sociétés déçues par les promesses du modernisme. « Le mot prend [alors] une signification au sens large, au sens du dépassement des idéaux progressistes, liés à l'esprit des Lumières, de la raison, de la science. Il intègre [en même temps] les conséquences du modernisme : l'accélération du temps, la contraction de l'espace, ainsi que l'exigence de liberté individuelle. » [*idem*, page 113].

Cette déception s'accompagne d'un constat sociologique déjà formulé par les pères fondateurs de la sociologie et qui trouve un regain d'intérêt dans les années 1970: les sociétés modernes sont particulièrement déstabilisantes pour les individus, elles sont facteurs d'incertitude et d'insécurité morales. Dans la deuxième partie de son ouvrage *Les étapes de la pensée sociologique*, Raymond Aron dit de Weber, Durkheim et Pareto, qu'ils « avait [tous trois] le sentiment que la société européenne était en crise. [...] Les uns et les autres constataient que les croyances communes d'ordre transcendant, léguées par la tradition, étaient ébranlées par le développement de la pensée scientifique. [Or] en tant que sociologues aussi, ils étaient tentés de croire que la société ne pouvait garder structure et cohérence qu'à la condition qu'une foi commune pût réunir les membres de la société. » [ARON, pages 309 et 310]. La question est celle du lien entre les individus au sein d'une société : la solidarité et l'interdépendance étaient jusqu'ici garanties par la religion mais aussi par la structure familiale, villageoise et paroissiale et enfin par le corps de métier. Pour ces sociologues, la révolution industrielle provoque la déstructuration de ces rapports sociaux traditionnels qui jusqu'ici encadraient l'individu. Dans ce cadre, Weber ou Durkheim sont inquiets d'une disparition progressive de la moralité que définit la religion et qui garantit un cadre de fonctionnement à la société. C'est précisément à cet état d' « anomie » dans lequel est plongé l'individu moderne que Durkheim s'intéresse dans *Le suicide*. L'anomie, la dérégulation des liens sociaux prédéfinis et stables, est facteur d'insécurité morale et de détresse.

A partir des années soixante-dix, s'ajoutent de nouvelles problématiques qui renforcent l'incertitude. La mondialisation - massification des flux de tout ordre, matériels et immatériels, et accroissement des interdépendances économiques à l'échelle planétaire - projettent les individus dans des espaces-temps inédits toujours plus difficiles à appréhender. Cette massification des flux humains, des images, des marques entraîne aussi des

reconfigurations identitaires très rapides. La libéralisation économique fragilise les systèmes de répartition et de solidarité à l'échelle étatique mis en place après la seconde guerre mondiale et plonge l'individu dans un monde de compétition et de compétitivité permanentes qui, pour s'y repérer, demande des niveaux d'éducation élevés. L'ère du « post-modernisme » est celle d'un « monde qui réunit le cosmopolitisme et les identités têtues, l'inconfort d'un sujet mal à l'aise dans l'entre-deux, chevauchant entre deux mondes sans qu'il ne se sente rassuré dans aucun des deux. » [LANE, page 9].

III.1.2.2. La tradition comme recours pour réassurer les individus

A ce constat, beaucoup de réponses sont possibles. L'une d'elles consiste en la réaffirmation des identités particulières nationale, ethnique, religieuse. En effet, l'« identité [est alors] présentée comme un refuge, comme le cadre indispensable participant à la sécurisation collective » [LANE, page 5]. L'identité communautaire évite en effet une projection incertaine vers deux infinis : l'infiniment grand de l'universel, l'infini petit du moi. Derrière l'identité se profile l'idée de « culture » qui donne consistance à l'identité. La tradition servira alors à donner corps à cette culture : elle lui fournit ses attributs, ses signes de reconnaissance propres. Mais la tradition, ce n'est pas seulement le folklore. C'est aussi un type de structure sociale qui a l'avantage d'offrir un encadrement pour les individus plus fort. Enfin, c'est une revalorisation de la place du religieux, un « ré-enchantement du monde ». La tradition permettra alors de mieux vivre la modernité, les bouleversements et les défis constants qu'elle impose.

Dans sa version la plus radicale, la volonté d'un retour à l'identité suppose rejet de l'occident, du capitalisme et de l'ordre économique mondial. Mais on le retrouve surtout sous une forme plus modérée qui n'a rien de révolutionnaire : un conservatisme politique dans l'ordre de la morale et des mœurs qui ne remet pas en cause l'ordre technologique et économique de la modernité. Celui-ci rejette notamment l'athéisme moderne qui plonge l'individu dans un état d'angoisse mais qui, en l'absence de la Loi divine, fait prendre aussi le risque d'un chaos social. Cela ne signifie pas pour autant une remise en cause du développement économique néo-libéral ni un rejet de valeurs politiques modernes fondamentales comme la démocratie. Les deux sont au contraire considérés comme complémentaires puisque la tradition, garante d'ordre et de stabilité sociale, assure aux

individus la confiance, la sérénité et l'assurance nécessaires pour supporter l'instabilité inhérente à la modernité et pour s'engager dans l'univers de compétition qui caractérise la société moderne.

Un tel discours et un tel positionnement face à la modernité n'est pas circonscrit à un espace géographique particulier. On le retrouve sous des formes diverses selon les contextes locaux sur les cinq continents ; il a donc déjà à ce titre un caractère « mondialisé ». En Turquie, ce discours rencontre une problématique qui « caractérise le processus de modernisation depuis le XIX^e siècle : d'une part une modernisation étatiste et une résistance traditionaliste, et d'autre part, la coexistence paradoxale du conservatisme religieux et du libéralisme. » [TÜRKMEN, 2004, page 1]. La résolution de cette dialectique avait déjà été largement amorcée dans la décennie 1980 par Turgut Özal et son parti, le Parti de la Mère Patrie, qui se définit à l'époque comme « conservateur progressiste, tentant une alliance entre les valeurs libérales de l'économie de marché et la moralité islamique » [*idem*, page 12]. L'AKP, défini le jour de l'inauguration du parti comme « conservateur démocrate », s'inscrit dans cette continuité politique en même temps que dans le discours mondial précédemment décrit.

L'action de la société Ismek peut être analysée comme une des formes concrètes auxquelles peut donner lieu ce courant de pensée. En se concentrant sur l'artisanat traditionnel ottoman ou anatolien – dans les deux cas avant tout turc, elle propose un renforcement identitaire autour du sentiment d'appartenance à la nation turque ainsi qu'à l'islam. Cette appartenance identitaire monolithique est censée être rassurante pour l'individu. Elle évacue en effet la multiplicité et l'emboîtement des appartenances possibles, le doute et les incertitudes que soulève une prise en compte de la complexité des échanges entre les cultures accélérés par les moyens de communication modernes.

D'autre part, les cours d'artisanat, à destination des femmes, répondent aussi à l'objectif d'un renforcement de la structure familiale traditionnelle dans laquelle le rôle de la femme reste essentiellement domestique et éducatif à l'intérieur de son foyer. Cela constitue là aussi un cadre structurant qui doit garantir une certaine stabilité et des repères solides sur lesquels se reposer.

III.1.3. Les voies contournées de la modernité

Pourtant, l'action d'Ismek est aussi révélatrice des contradictions que doivent affronter les courants conservateurs libéraux dans une « configuration caractérisée, de façon contradictoire et parallèle, par une double demande, celle d'un puissant besoin de cohésion face à la précarisation tant sociale que culturelle, mais aussi celle d'un fort désir de liberté individuelle (et donc une atomisation des formes d'appropriation des référents idéologiques) - que l'on peut qualifier de 'démocratique'. » [GILQUIN, page 9]. Il est en effet difficile de dissocier totalement la modernité technologique, médiatique et économique, d'une évolution des comportements des individus qui tend à une individualisation des pratiques sociales et religieuses en même temps qu'à une exigence accrue d'être représenté, entendu et visible, sur la scène sociale et politique.



Planche 79 : Erdoğan, précédent maire d'Istanbul et actuel Premier ministre, en photo entouré de femmes d'Ismek (*Istanbul bülteni*, 2006)

III.1.3.1. La visibilité médiatique des femmes d'Ismek : satisfaction à une demande sociale ?

Dans le cas d'Ismek, cette remarque enrichit l'interprétation que l'on peut faire de la très forte visibilité donnée dans la ville aux productions artisanales et aux femmes qui les ont réalisées. Sans doute, ces dernières sont ainsi promues comme modèle exemplaire de la parfaite stambouliote, mère de famille et femme au foyer. Mais cette visibilité est aussi peut-être une forme de réponse à une demande sociale de ces femmes pour être plus présentes et visibles sur la scène sociale. Ces expositions, s'insérant la plupart du temps dans des manifestations organisées par la municipalité, ont lieu dans l'espace public, au cœur de la ville. Et régulièrement, une photo du maire entouré des femmes

d'Ismek signalant la visite de l'exposition par ce dernier paraît dans le journal. Sur la photo présentée ci-contre, il est même en train de s'essayer à la marbrure. On apporte ainsi une reconnaissance publique aux femmes participant aux ateliers d'Ismek.

Pour les femmes, l'affichage identitaire dans le cadre d'Ismek permettrait de concilier la défense de la structure familiale avec la revendication à la liberté individuelle et à la reconnaissance publique. Le recours aux traditions se fait donc dans un cadre qui prend *de facto* en compte des évolutions sociologiques liées à la modernité et qui, dans une certaine mesure, s'y adapte.

III.1.3.2. Donner l'image d'une société stambouliote homogène pour occulter la réalité ?

Il n'est pourtant même pas certain que le conservatisme politique, à travers ces contournements, parvienne à intégrer entièrement les exigences qui surgissent. Il se pourrait alors que l'affichage identitaire serve à cacher l'hétérogénéité de comportements individuels non orthodoxes témoignant ainsi de l'avènement de ce que Yves Bonny appelle une société « post-traditionnelle », c'est-à-dire d'une société dans laquelle la régulation et la reproduction de la société sont de moins en moins assurées sur la base d'une culture commune partagée, fortement intégrée, notion qui correspond au concept de 'communauté traditionnelle'. [BONNY, page 161].

Ismek présente des femmes très semblables : toutes voilées, vertueuses, occupant leur temps libre par des travaux d'aiguilles entre femmes, bien encadrées, loin de la compagnie des hommes et de la vie professionnelle. Devons-nous croire à cette homogénéité ? Michel Gilquin nous invite au moins à se poser la question. Dans son article « Islam, modernité et formatage des comportements » qui a pour terrain d'étude la Turquie contemporaine, il développe la thèse selon laquelle la « visibilité de l'identification recouvre d'abord un souci de cohésion sociale camouflant des déchirements quant à la façon de vivre au quotidien un système de valeurs » [GILQUIN, page 9]. Il donne pour exemple la maîtrise de la maternité : « concilier la défense de la structure familiale, telle qu'elle s'est construite en tant que représentation sociale, et la liberté individuelle des femmes fait surgir toute une palette d'attitudes justifiées de manière hétéroclite. [...] La fonction de l'affichage normatif identitaire apparaît dès lors comme un moyen de transcender ces contradictions, d'autant que se profile toujours une possible accusation d'arrangements hypocrites individuels par rapport au dogme : la surenchère dans la visibilité permet de témoigner d'une adhésion aux valeurs dominantes collectives et de repousser ces suspicions tout en occultant cette fragilisation généralisée. » [GILQUIN, page 7 et 8]. Nous aurions donc affaire à un formatage social mais

« indépendant de la conduite personnelle », celle-ci étant renvoyée dans le « champ de la non-visibilité » [*ibidem*].

Cependant, même si l'homogénéité de la conformation à un système de valeur est illusoire, il n'est pas certain que cette illusion ne crée pas réellement de cohésion sociale, facteur de réassurance des individus. Mais la question reste posée car une telle situation, en enfermant les individus dans des contradictions insurmontables, peut aussi produire l'effet inverse.

III. 2. Mise en marque et mise en tourisme : les outils promotionnels en adéquation avec une conception figée de la culture

III.2.1 Mise en marque et neutralisation des signes

Depuis les années 1980, la communication et la production d'images publicitaires par les villes a pris de l'ampleur. Cette assomption de la communication publicitaire dans le champ urbain est généralement interprétée comme le symptôme de mutations liées à « la globalisation et à la concurrence nationale et internationale croissante [qui] ont incité les villes, les communes ainsi que des régions entières à mettre en œuvre un marketing local visant à attirer des investisseurs, des habitants potentiels et des visiteurs » [FERRAND, CHAVANAT, pages 91-92]. En ce sens, elle est un signe de la volonté du territoire de s'affirmer sur un « marché territorial concurrentiel », notion élaborée à partir d'une réflexion sur le caractère spatialement ségrégant de la mondialisation.

Comme le rappelle Nicolas Babey, le concept de communication appliqué aux villes « englobe tout une constellation d'expressions non codifiées telles que 'marketing territorial', 'image de marque de la ville', 'image de la ville', 'promotion de la ville' » [BABEY, page 49]. Ces expressions ont en commun de désigner une communication externe, à ne pas confondre avec la communication municipale dite interne (l'information municipale) : « Cette

communication externe ne s'adresse pas à des citoyens *réels* mais à des citoyens ou des visiteurs *potentiels* » [*ibidem*]. D'autre part, cette communication est avant tout publicitaire : par conséquent, « elle ne cherche pas à faire circuler une information mais plutôt un message sur un produit à vendre » [*ibidem*].

Le vocabulaire du marketing et de la publicité est donc appliqué à la ville. Celle-ci se décline alors comme un « produit » dont le nom, Istanbul, Paris, New-York, constitue la « marque » :

« Au même titre que toutes les marques, la marque d'une ville exprime son sens et lui permet à la fois de se différencier de la concurrence et de créer de la valeur pour les cibles visées, la marque étant liée à la combinaison d'attributs tangibles et intangibles, fonctionnels ou hédonistes. » [FRERRAND, CHANAVAT, pages 100]

Il s'agira alors de promouvoir cette marque à l'aide de tous les outils développés par le marketing pour valoriser la notoriété de la marque :

« Par un déploiement d'attraits, et par des constructions d'images, les nouvelles élites souhaitent participer maintenant à une gestion raisonnée de la séduction, à une érotisation programmée du local. » [GAUDIN, page 152]

Pensé comme outil de mise en œuvre de cette « gestion raisonnée de la séduction », la notion de marketing territorial est désormais couramment utilisée par les professionnels de l'aménagement du territoire ou de la communication. Les géographes Alain Ferrand et Nicolas Chavanat la définissent simplement comme une déclinaison du marketing. Les outils du marketing sont appliqués au territoire en prenant en compte les caractéristiques de ce dernier pour les valoriser : espace physique, lieux d'implantation de l'homme, ensemble de valeurs culturelles et historiques [*idem*, pages 94-95].

Nous nous limitons quant à nous à deux des outils du marketing, intimement liés à la mise en marque : les slogans et les logos. Car à la marque, le nom ne suffit pas : « elle doit être vue, mémorisée et avoir un logo, voire un slogan » [LEWI, ROGLIANO, page 110]. Or ces deux éléments nous intéressent particulièrement car, servant à identifier la ville, ils sont révélateurs de la manière dont la ville veut se montrer mais aussi dont elle se perçoit.

III.2.1.1. La tulipe : un nouveau logo, une marque pour la ville

Pour le visiteur un tant soit peu attentif, une image frappe particulièrement : celle d'une tulipe rouge stylisée que l'on retrouve déclinée de toutes les manières et sur tous les supports. En s'y intéressant de plus près, il semble que la tulipe soit le motif retenu pour devenir l'emblème d'Istanbul, un logo qui identifie la ville, sorte d'écusson moderne.

Le logotype, du grec *logos*, discours, et *tupos*, caractère d'écriture, signifie étymologiquement l'« écriture qui parle ». Le propre du logo est donc de signifier quelque chose. D'abord parce que c'est un code de reconnaissance. Mais aussi parce qu'il a été choisi par celui qui l'arbore pour dire quelque chose sur lui-même. Le logotype peut donc être considéré, à divers niveaux de significations, comme l'identité visuelle de ce qu'il représente : produit, entreprise, ville. Pour des professionnels du marketing, il doit, pour être efficace, « rendre compte des valeurs et des énergies contenues dans l'entreprise » - ou, la ville [URVOY, BELLE, page 11].

Avant de s'intéresser ce que la tulipe « raconte », voyons ce qui permet de dire qu'elle en passe de devenir le logo d'Istanbul.

Nous nous sommes intéressés à cette image à partir de la Fête de la tulipe qui a attiré notre attention sur elle. Mais la Fête de la tulipe n'est qu'un événement parmi d'autres pour implanter l'image de la tulipe dans la ville. On pourrait dire en stratégie publicitaire que c'est l'événementiel qui vient parachever une campagne d'affichage faite sur de longs mois.

Dans la ville, l'image de la tulipe se retrouve dans le mobilier urbain : sur les bancs, les barrières en fer forgé, sur les pavés. Il y a aussi un jardin de la tulipe, situé le long des murailles terrestres au niveau de la mer de Marmara. D'autre part, c'est le logo de Kültür A.Ş. depuis sa fondation en 1989. Or, puisque Kültür A.Ş. est chargée de l'édition des affiches et des publications municipales, on retrouve son logo sur une très grande partie de l'affichage municipal. La tulipe est aussi présente sur tous les documents à destination des touristes, brochures et guides. Mais elle constitue aussi le décor le plus répandu parmi tous les objets vendus au Grand bazar, au Marché égyptien ou dans les boutiques des musées gérés par le Ministère de la culture et du tourisme : faïence (vaisselle ou carreaux), tissus, bibelots (porteclés, magnets).



Planche 80 : Parterre fleuri de tulipes pendant la Fête de la tulipe (14/04/2007)



Planche 81 : Vitrine de la boutique du palais de Topkapı (31/05/2007)



Planche 82 : Objet vendu dans la boutique du palais de Topkapı (31/05/2007)



Planche 83 : Cadres vendus dans la boutique du palais de Topkapı (31/05/2007)

Cette présence est relayée par le marketing privé. Cette année, Turkish airlines, sans se défaire totalement de son ancien logo, un aigle, a adopté la tulipe comme image de communication. Désormais, lorsque l'on ouvre le site de Turkish airlines, la tulipe est la première image qui apparaît. Il est aussi prévu que les avions soient redécorés avec ce nouvel insigne.

Peu après la Fête de la tulipe, une agence immobilière a lancé une campagne de publicité pour vendre des maisons de luxe dans les *gated communities* sous le signe de la tulipe : « Venez vivre au milieu des tulipes... »



Planche 84 : Article paru le 29 avril 2007 dans *Pazar* et intitulé *Les tulipes de Hollande s'ouvrent au tourisme*



Planche 85 : Article paru le 27 avril 2007 dans *Cumhuriyet* et intitulé « Les villes se parent de tulipes »

Il semble que cette campagne de communication à partir de la tulipe ait bien fonctionné. En parlant avec des étrangers, et en particulier avec des étudiants Erasmus arrivés depuis moins d'un an, beaucoup nous ont affirmé que la tulipe était le symbole d'Istanbul. Beaucoup ne pouvaient pas vraiment dire d'où ils le savaient mais ils en étaient convaincus. Il s'agissait même pour eux de rétablir une vérité historique : la tulipe n'est pas hollandaise mais turque, et en particuliers stambouliote.

La tulipe semble bien reçue aussi par les habitants. De manière inattendue, nous lisons leurs réactions à la Fête de la tulipe sur un blog du journal *Le Monde* dédié aux stambouliotes francophones (http://istanbul.blog.lemonde.fr/2006/04/30/2006_04_flower_power/). La très grande majorité des personnes intervenant sur le blog « saluent la belle initiative » que constitue la Fête de la tulipe car la tulipe embellit la ville et distrait un peu des voitures et de la pollution. Le discours porte aussi beaucoup sur l'origine réelle de la tulipe et est facilement teinté de patriotisme. Seule une personne réagit à la volonté de la municipalité de « faire vivre l'Empire ottoman » mais elle est vivement critiquée par les autres intervenants. Hormis elle, tous trouvent que « c'est un beau symbole pour la ville », plus pacifique que l'aigle de Turkish airlines par exemple.

III.2.1.2. Les slogans : « Istanbul, pont entre les continents »

L'identification visuelle d'une marque par le logo permet l'immédiateté de la reconnaissance et le sentiment d'une certaine intimité avec la marque. Mais cela ne suffit pas. La valorisation de la marque et le développement de sa notoriété passe aussi par un discours de la marque sur elle-même, ce que Georges Lewi et Caroline Rogliano, professeurs de marketing, appellent dans leur *Mémento pratique du branding*, la « narration de la marque » : « Pour être une référence, avoir une identité forte et devenir un véritable repère mental pour les consommateurs, il s'agit pour une marque de développer ses valeurs. Cela passe notamment par des prises de parole de la marque, ses discours, et notamment la publicité, moyen de communication privilégié pour faire passer un message, véhiculer un message. » [LEWI, ROGLIANO, page 88]. Ce discours s'appuie sur un certain nombre de valeurs tangibles mais aussi sur des valeurs intangibles, faisant référence à l'univers mental de la marque : « La marque est ainsi un être de discours » [*ibidem*].

Dans une stratégie de marketing territorial, les villes développent bien des discours porteurs d'un univers mental de représentations et de valeurs qu'elles associent à leur « marque ». Istanbul met l'accent sur sa prédisposition naturelle et historique à l'internationalité, son multiculturalisme et sa tradition de tolérance multiséculaire.

Depuis que la ville s'est ouverte à l'extérieur et cherche à se faire connaître et reconnaître à l'international, tout un discours publicitaire et touristique a été développé par la municipalité. Celui-ci vise à montrer les dispositions « naturelles » d'Istanbul à être une ville internationale, à la fois par sa situation géographique et par sa profondeur historique. Ce travail se fait de concert avec le ministère de la culture et du tourisme.

Pour conduire cette analyse, nous nous rapportons d'une part aux brochures et publications en anglais sur Istanbul à destinations des visiteurs étrangers, et d'autre part, à des visites organisées par la municipalité (Kültür A.Ş) pour les « maires du monde ». Ces visites ont eu lieu durant le Congrès des maires du monde, événement qui réunissait des maires du monde entier et dont la municipalité s'est beaucoup enorgueillie. Deux des quatre jours que durait le congrès étaient consacrés à des visites touristiques de la ville. Celles-ci nous paraissent intéressantes parce qu'elles peuvent être considérées comme une sorte de modèle parfait de la visite d'Istanbul selon la municipalité du Grand Istanbul et sont particulièrement révélatrices de la manière dont la municipalité veut présenter la ville. Le programme était

entièrement disponible sur le site Internet de la municipalité qui avait créé un lien « Congrès des maires du monde ».

Commençons par les slogans qui qualifient Istanbul, phrases stéréotypées qui jalonnent les brochures touristiques mais aussi, par exemple, les sites Internet de la Municipalité ou de Kültür A.Ş.

La préface de la brochure *Where to go in Istanbul* publiée par la municipalité en 2005 et à destination des touristes étrangers est un bon exemple de la façon dont est systématiquement présentée la ville. Ainsi dès les premières lignes, on peut lire : « the city of the past and the future, the center of two great empires, the meeting point of two continents and two seas [...] Istanbul is an unique city enriching our world for thousands of years ».

Dans la présentation de Kültür A.Ş: “Istanbul is a city with a rich cultural heritage. Our city played host to many civilizations throughout history. Istanbul, with its historical texture formed through the centuries, is one of the most popular cities in the world.” (<http://www.kultursanat.org/kurumsal/?main>)

De même sur le site de la municipalité : “The distinguishing features of the city of Istanbul are its **geographic location**, unique natural beauty, and the great historical and cultural heritage which has come to symbolize the city. [...] It is the only city placed **on two continents** : European and Asian Regions. With a unique location, between the Balkans and Anatolia, the Black Sea and the Mediterranean, **Istanbul embraces both western and eastern cultures**. The meeting point of European culture and traditional eastern values, Istanbul has been the capital of **three magnificent empires** in history: Roman Empire (330-395), Byzantine Empire (395-1453), and Ottoman Empire (1453-1922). [...] Its location has always enabled the city to play **a key role in history**. As early as the ancient times, the city enjoyed an advantageous position in terms of the control of both the East-West road from Europe to Asia Minor and the sea connection in the North-South direction. Established at the crossroads of human history, Istanbul has for centuries attracted the interests of many emperors, armies, adventurers, merchants, philosophers, and great religious figures. Istanbul has always attracted political, religious, and artistic characters throughout history. The city **has always been of great value to the whole world**. There have been narratives written that assert that possession of Istanbul meant possession of the world. [...] Istanbul has been one of the most vivid and active cities in the world, **hosting many international cultural and political organizations** and meetings every year. [...] The mosques, churches, synagogues display a **unique combination of cultural heritage of religions**. **The harmonic religious**

heritage of the city represents an example, emphasizing on tolerance and sympathy.”

(<http://www1.ibb.gov.tr/en-US/KenteBakis/TheCity/>)

Dans la lettre de présentation de la ville aux maires du monde, on retrouve exactement le même type de discours.

3.2.1.1.1 La prédisposition d'Istanbul au rayonnement international

Ces slogans suggèrent une prédisposition d'Istanbul à l'internationalité. En évoquant les deux empires (d'autres documents en mentionnent trois) dont Istanbul était la capitale, ils insistent sur la puissance de la ville en continu sur plusieurs siècles. Cette position en faisait un grand centre de décision concentrant, à l'échelle internationale, pouvoir politique, pouvoir économique et pouvoir culturel. La ville était alors reconnue partout dans le monde ; c'était en somme une métropole du monde ancien. C'est cette idée qui inspire le personnel de Kültür A.Ş qui a baptisé l'une de ses activités : « Meeting at the capital of the world » pour désigner des rencontres d'une heure et demie entre un intellectuel étranger et un intellectuel turc.

L'idée de carrefour, de pont entre l'Est et l'Ouest, entre l'Orient et l'Occident, ou entre deux civilisations, est particulièrement séduisante. Elle rejoint l'idée selon laquelle la richesse vient des influences multiples et des mélanges. Elle indique que la culture d'Istanbul a toujours été en mouvement et n'a jamais figée sur elle-même. Il ne faut pas oublier cependant que l'idée de carrefour ou de pont n'induit pas de façon automatique le mélange. Il peut aussi signifier simplement que des cultures, des civilisations se croisent, s'observent mais sans se métisser.

3.2.1.1.2. Une prédisposition au multiculturalisme confortée par une grande tradition de tolérance

Sur le plan géographique, les slogans exaltent la situation stratégique d'Istanbul qui la prédispose à être une ville de rencontre, une ville multiculturelle. Sur le plan historique, on insiste sur la tradition d'ouverture à l'étranger, sur la tradition commerciale et cosmopolite, sur les échanges qu'elle a favorisés entre les civilisations. La ville d'Istanbul est donc par nature une ville multiculturelle, notion dans l'air du temps, moderne et prônée par la mondialisation.

CONTENTS

Museums

8



Mosques

34



Churches and Synagogues

66

Columns and Towers

69

Baths (Hamam)

74

Public Fountains and Aqueducts

75



Planche 86 :

Sommaire du
guide *Where to
go to Istanbul*

Au-delà de ses prédispositions naturelles et historiques, ce multiculturalisme a été conforté pendant des siècles par la tolérance religieuse qui a caractérisé la période ottomane. Le discours qui met en avant la tradition multiculturelle et de tolérance à Istanbul est donc toujours associé, au moins de manière sous-entendue à un éloge de l'Empire ottoman.

La tolérance est une notion éminemment positive dans la conscience occidentale puisque, associée au droit de liberté d'expression, elle est fondement du paradigme démocratique de l'Etat libéral. Elle est associée à l'idée de « civilisation » dont les formes antinomiques sont le despotisme et la barbarie. Elle grandit donc toujours les régimes politiques qui en ont fait preuve dans l'Histoire, exceptions notables qui font figures de précurseurs.

Ce constat général se redouble d'une conjoncture qui donne encore un peu plus d'écho à ce terme de tolérance. En effet, la question de la tolérance dans les pays musulmans et dans l'Islam en général est très médiatisée dans les pays occidentaux, dont est issue la très grande majorité des touristes. Le débat, souvent lancé à propos du terrorisme, tend souvent à assimiler Islam, pays musulmans et fanatisme. Habités par ces considérations, les visiteurs occidentaux qui viennent à Istanbul, « terre musulmane », ne peuvent être que sensibles aux évocations de la tolérance du pays et de la coexistence harmonieuse et pacifique entre les religions qui ont caractérisé l'Histoire de cette ville. D'autre part, la tolérance permet d'évoquer tous les monuments chrétiens et juifs dont on suppose qu'ils intéresseront particulièrement les visiteurs occidentaux de culture judéo-chrétienne. Cette mise en avant de la tolérance comme caractéristique de l'histoire d'Istanbul cumule donc des enjeux politiques et économiques.

Le discours touristique insiste donc sur la présence des trois grandes religions monothéistes qui ont vécu pendant des siècles en grande « harmonie » à Istanbul, et plus largement dans l'Empire ottoman. Pour preuve, on met en avant la présence d'édifices religieux des trois religions. Dans tous les fascicules touristiques, sur le site Internet de la municipalité qui présentent les lieux à visiter, une rubrique est consacrée aux mosquées et une

autre aux églises et synagogues⁹⁰. Les synagogues accessibles sont pourtant bien peu nombreuses⁹¹. Leur signalisation est avant tout symbolique, ce qui s'explique avant tout par la peur d'attaques criminelles. De fait, on trouve dans cette rubrique essentiellement des églises, orthodoxes et catholiques⁹².

Les visites organisées par Kültür A.Ş pour les maires venus pour le Congrès des maires du monde sont à ce sujet particulièrement intéressantes. En effet, sur les cinq visites au choix, deux circuits étaient consacré au patrimoine, l'un de la Corne d'Or (Balat et Fener), l'autre du quartier de Sultanahmet. Or le premier circuit sur la Corne d'Or était exclusivement consacré aux édifices orthodoxes, relativement nombreux à Fener et Balat, historiquement les quartiers orthodoxes et juifs. Quant au circuit dans le quartier de Sultanahmet, une large part était aussi donné aux édifices orthodoxes. L'objectif est bien de rappeler la tradition de tolérance et le caractère multiculturel et ouvert d'Istanbul.

La mise en valeur des derviches tourneurs participe de la même volonté : outre son aspect exotique, le derviche représente en Occident l'idée de tolérance en Islam. Il est l'image d'un islam ouvert et tolérant, rejoignant en même temps des images connues chez les occidentaux, les moines errants du Moyen-âge ayant fait vœux de pauvreté. Le derviche, ou Mevlana, est toujours représenté en robe et en train de tourner. On le retrouve en figurine, sur des bols en faïence, sur des miniatures, et là aussi sur tous les bibelots, porte-clés, magnètes, etc. D'autre part, un spectacle de Mevlana est organisé tous les dimanches après-midi par la municipalité du Grand Istanbul. L'entrée est assez chère : 30 liras par personne, soit à peu près 18 euros. Enfin, il existe à Galata un musée des Mevlana fermé cette année pour restauration géré par la Ministère de la Culture et du Tourisme.

Cependant, alors que cette année avait été élue « année de Rémi » par l'Unesco, nous n'avons remarqué pendant notre séjour aucune manifestation pour fêter cet événement.

⁹⁰ On peut remarquer cependant que dans les fascicules du Ministère de la culture et du tourisme, ces deux rubriques n'existent pas systématiquement. Dans *Istanbul et la région de Marmara* édité en 2005, il n'existe que la rubrique « Mosquée », les deux églises byzantines les plus visitées, Sainte Sophie et Saint Sauveur de Chora, devenues des musées sont classées dans la rubrique « Musées ». Dans l'*Istanbul guide from Istanbul government*, qui date de 2006, la distinction n'est pas faite non plus. Les rubriques se décomposent en « Palaces » et « Musées ». mais plus de la moitié du guide est consacré au shopping. La partie tourisme culturelle est très allégée.

⁹¹ La communauté juive d'Istanbul rassemble aujourd'hui 22 000 personnes. C'est de loin la plus grande communauté en Turquie où vivent au total 25 000 juifs.

⁹² Dans le guide *Where to go in Istanbul*, sont notées l'église Saint Antoine, l'église Stéphane, le patriarcat de l'Eglise grecque orthodoxe, l'église orthodoxe arménienne Surp Krikor Lusarovich, l'église assyrienne, l'église anglicane, la synagogue Neve Shalom.



Planche 87 : Derviches et tulipes sur les panneaux d'exposition lors de la Fête de la tulipe (07/04/2007)

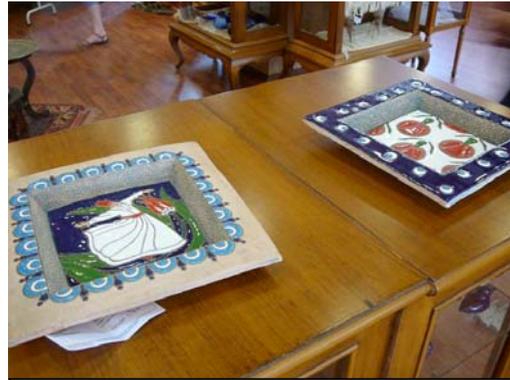


Planche 88 : Derviches et tulipes sur les objets vendus à la boutique du palais de Topkapı (31/05/2007)



Planche 89 : Derviches et tulipes sur des dessins d'enfants exposés dans le hall du centre culturel (6/04/2007)

III.2.1.3 Le marketing urbain, une manière de « désidéologiser » les signes

Dans un précis portant sur le marketing touristique, les conseils prodigués pour faire les choix publicitaires dans le domaine touristique sont les suivants :

« La publicité touristique doit viser à offrir de façon percutante un message aussi simple que possible, et non pas un choix d'arguments ou de propositions. Elle doit partir du principe que le client potentiel ne sait pas - ou ne désire pas – choisir dans une gamme trop variée. [...] Le message ne doit pas être trop dispersé en offrant simultanément trop de thèmes. [...]

« Pour la promotion d'une destination nationale, l'esthétique constitue l'un des meilleurs arguments de vente : la beauté se vend bien. [...]

« L'emploi de *jingles* vise à convaincre plus par la répétition que par la finesse du message. » [LANQUAR, HOLLIER, pages 90-95].

Ces quelques exemples rappellent le B-A-BA de la communication publicitaire : la simplicité et la superficialité du message. Sa fonction est de transmettre des représentations sans que celles-ci soit questionnées consciemment.

Pour toucher le plus spontanément possible, le message publicitaire a besoin de produire des images stéréotypées. Cela est vrai aussi pour la publicité pour les territoires dont Nicolas Babey analyse le type de contenu : faisant une analyse comparée des communications promotionnelles des villes en Suisse romane, il montre que toutes se conforment au même schéma thématique : histoire, culture, loisirs, patrimoine. La rhétorique est elle-même très semblable comme « pétrifiées par des poncifs récurrents tels que 'Le pays sincère', des 'gens authentiques', des 'traditions que la modernité n'a pas fait disparaître'. » [BABEY, page 53]. Il conclut par ce constat : « cette logique donne naissance à des stéréotypes, elle appauvrit la diversité potentielle des images qu'une ville et sa région proche qui l'entourent peuvent produire. » [*ibidem*].

Apparemment, en publicité, la signification du signe est réduite à sa fonction de reconnaissance d'une « marque ». Pourtant, les signes et les discours choisis par la municipalité du Grand Istanbul pour faire sa promotion ne sont pas univoques et peuvent susciter le débat.

La « tolérance ottomane » est déjà en soi une notion historique à nuancer comme nous l'avons vu dans la deuxième partie. D'autre part, l'interprétation qui en est faite aujourd'hui et sa mise en avant pour faire l'éloge de l'Empire ne sont pas dénuées de significations politiques : elles s'inscrivent dans le débat politique turc contemporain autour du statut de la laïcité et de l'identité nationale turque. Enfin, cette insistance sur la tradition historique de tolérance de la ville occulte la réalité contemporaine : suite à la volonté de la jeune République Turque d'homogénéiser sa population⁹³, les minorités ne survivent qu'à l'état résiduel dans la ville maintenant à 98% musulmane. D'autre part, les populations immigrées actuelles, essentiellement issues des pays de l'ex-URSS, ont très peu de visibilité dans la ville

⁹³ Cette homogénéisation est faite par différents biais : transfert de population entre la Grèce et la Turquie, départ choisi par exemple l'exode volontaire des juifs pour Israël, ou assimilation et turcification d'une part des populations arméniennes demeurées dans la ville.

et ne sont l'objet d'aucune publicité auprès des touristes. Il en va de même de l'importante communauté kurde établie à Istanbul.

Quant à la tulipe, elle reste avant tout pour l'équipe municipale une référence à l'Empire ottoman, avec tous les sous-entendus que nous avons pu évoquer. L'exposition de peinture dans la salle récemment restaurée au palais de Topkapı en est encore une preuve : toutes les toiles représentent des tulipes associées pour l'immense majorité d'une manière ou d'une autre à l'Empire ottoman.



Planche 90 : Exposition « Ismael Acar, Tulip » au palais de Topkapı (2) (31/05/2007)



Planche 91 : Exposition « Ismael Acar, Tulip » au palais de Topkapı (1) (31/05/2007)



Planche 92 : Exposition « Ismael Acar, Tulip » au palais de Topkapı (3) (31/05/2007)



Planche 93 : Exposition « Ismael Acar, Tulip » au palais de Topkapı (4) (31/05/2007)

Mais, son utilisation comme outil de promotion lui donne une allure très standard : c'est un logo stylisé, c'est un décors de souvenirs pour touristes, c'est du design urbain, c'est une petite fête bon enfant, ce sont des parterres de fleurs qui embellissent le paysage... La Fête de la tulipe elle-même a des allures banales prenant toutes les formes de la

communication moderne des villes : petite scène de musique, photos en trois dimensions, sculptures contemporaines.



Planche 94 : Scène de musique à la Fête de la tulipe (7/04/2007)



Planche 95 : Image en trois dimensions à la Fête de la tulipe (7/04/2007)

Quelques évocations de ce à quoi elle fait référence pour ceux qui la promeuvent existent mais de façon très discrètes et très rares. Lors de la Fête de la tulipe à Taksim, trois des sculptures contemporaines en forme de tulipe ont un décor qui fait référence à l'Empire ottoman et à la tolérance religieuse qui lui est associée.



Planche 96: Une des trois faces de la tulipe : une mosquée (7/04/2007)



Planche 97 : Une des trois faces de la tulipe : une église orthodoxe (7/04/2007)



Planche 98 : Une des trois faces de la tulipe : une église catholique (7/04/2007)



Planche 99 : Un sultan voguant sur une tulipe (7/04/2007)

Le site Internet qui accompagne l'événement de la Fête de la tulipe, uniquement en turc, y fait aussi clairement référence. Le site est même construit en fonction de cette référence.

La municipalité du Grand Istanbul choisit les images qu'elle décide d'ériger en emblèmes et en symboles de la ville parmi un univers de signes qu'elle a investi d'une signification politique et idéologique.

Mais en en faisant des marques, en les utilisant comme des outils de promotion, ces signes perdent leur signification directe. Ils sont « dépolitisés », « désidéologisés ». Ils entrent dans le cadre d'un discours purement touristique qui lisse toute aspérité. Ils sont réduits à de purs produits publicitaires qui n'éveillent pas le sens critique. En somme, le marketing permet de conserver un univers de signes et de discours signifiants pour les responsables municipaux tout en restant consensuel, et donnant, sous la forme d'outils marketing de communication, une image de modernité et d'ouverture.

III.2.2 Muséification et conception du patrimoine figée et mystificatrice

III.2.2.1. Une « ville musée » : la rénovation des quartiers historiques de la péninsule

La municipalité du grand Istanbul, en collaboration avec la préfecture d'Istanbul, la Direction générale des Fondations pieuses et les organisations professionnelles du secteur touristique, ont élaboré et voté en mai 2004 un projet pour la péninsule historique intitulé « Istanbul Ville Musée » (*Müze Kent*). Ce projet a pour ambition de faire d'Istanbul « une des principales capitales mondiales de la culture » [PEROUSE, 2007, page 12].

L'objectif est avant tout la restauration du bâti qui peut aller jusqu'à la reconstruction des maisons en ruines ou détruites, ainsi que de maisons « intruses » qui ne sont pas dans le style attendu. Cette mise en valeur des quartiers historiques doit aussi s'accompagner d'un certain « nettoyage ». Sont concernés en premier lieu les artisans ainsi que les commerces de gros, en particulier de textiles, encore très présents dans ces quartiers. Le projet inclut donc un plan de transfert de ces activités⁹⁴ vers la périphérie : « au début de l'année 2005, la presse

⁹⁴ Jean-François Pérouse précise les branches d'activité concernées en priorité : « accessoires pour automobiles, chimie, agro-alimentaire, et commerce de gros alimentaire, quincaillerie en gros, production textile, meubles, papiers, imprimerie, travail de l'or et de l'argent, plasturgie, métallurgie et entrepôt » [PEROUSE, 2007, page 13].

annonçait déjà que pour le seul arrondissement d'Eminönü, d'ici à la fin de l'année 2005, 4834 ateliers ou autres lieux de production devraient fermer et déménager. (...) Les autorisations d'activité de ces entreprises 'gênantes' et indésirables ont été annulées, preuve d'une volonté politique cette fois ferme. » [*idem*, page 13]. Il en est de même des marchands ambulants, métiers très répandus à Istanbul. Profitant jusqu'ici d'une large tolérance, ceux-ci sont depuis quelques années l'objet d'une répression de plus en plus sévère. Est invoquée la mise en conformité avec des injonctions économiques notamment européennes qui exigent la résorption de l'économie informelle et du travail illégal non déclaré. La municipalité estime surtout que les marchands ambulants dégradent le paysage urbain. Son premier argument est « environnemental » [MEISSONIER, page 54] : « la présence de cette population précaire, incontrôlable, mal vêtue et peu soucieuse de son image, n'est guère opportune pour « vendre » le nouveau visage qu'Istanbul souhaite donner au monde en faisant des abords des quartiers historiques les vitrines de sa « modernisation ». » [*ibidem*]. Seuls sont désormais autorisés les marchands « labellisés » qui portent l'habit de la municipalité et qui poussent la charrette assortie⁹⁵.



Planche 100 : Charrette labellisée d'un vendeur de *simit* (petit pain rond au sésame) devant le pont de Galata (04/04/2007)

Les habitants eux-mêmes sont menacés. Les édiles souhaitent en effet dédensifier ces quartiers. La municipalité d'arrondissement d'Eminönü a déjà annoncé qu'elle souhaitait diviser par deux le nombre d'habitants dans l'arrondissement. Enfin, il est prévu que les administrations, relativement nombreuses dans ces quartiers et occupant des bâtiments historiques prestigieux, soient elles aussi délogées.

⁹⁵ Cet équipement est vendu par la municipalité de Beyoğlu à un prix très élevé et dissuasif pour l'immense majorité des marchands : un habit coûte 300 euros et une charrette, 3000.

III.2.2.2. Le périmètre historique : une conception élargie du patrimoine urbain

Le projet « ville musée », qui se présente comme un plan de protection du patrimoine historique de la péninsule, répond à une « conception muséale du centre ancien », selon l'expression de Patrice Beghain. Cette conception, explique-t-il, qui implique de penser la ville entière ou certains de ses quartiers comme patrimoine, ne va pas de soi. Elle émerge dans le contexte parisien au XIX^e siècle marqué tout à la fois par les ambitions urbanistiques haussmanniennes et des mouvements de défense du vieux Paris :

« Ainsi naît, lors même que disparaît la ville ancienne, au cœur du XIX^e siècle, ce que Françoise Choay appelle « la figure historique de la ville », et, d'une certaine façon la conception muséale du centre ancien, qui, quelles qu'en soient les ambiguïtés, apporte au concept de patrimoine une dimension humaine ou en tout cas collective, qu'il n'avait jusque-là qu'imparfaitement assumé à travers la notion limitée de monument historique. » [BEGHAIN, page 61].

La « conception muséale du centre ancien » est ici entendue positivement dans la mesure où une telle conception implique une vision élargie du patrimoine. Celle-ci ne s'intéresse plus seulement aux monuments mais au contexte dans lequel ils s'insèrent. Les monuments ne sont plus pensés comme des éléments purement ponctuels ; on tient compte de leur relation avec leur environnement. Au-delà même des monuments, les quartiers historiques dans leur ensemble, en tant que forme urbaine, sont revalorisés et considérés comme part intégrante du patrimoine : « Au-delà de la silhouette du monument se profile en effet la forme de la ville ou l'espace de nos campagnes, dont le souci n'est vraiment entré dans le champ de la réflexion patrimoniale que depuis quelques décennies (...) » [*idem*, page 57].

Cette évolution n'implique pas simplement un ajout quantitatif, le classement de toutes les maisons d'un quartier sur le même mode que le classement des monuments : « Il ne s'agit pas que d'un élargissement spatial du champ d'application du concept mais d'une évolution de son sens même. » [*idem*, page 59]. La valorisation du contexte dans lequel les monuments s'insèrent et de la ville historique dans sa globalité urbanistique est révélatrice d'un autre regard sur le patrimoine qui s'intéresse au lieu en tant que support de la mémoire collective.

« Ce n'est plus exclusivement la qualité du monument, son intérêt artistique ou historique qui comptent, mais ce qui, dans le tissu urbain auquel il est lié, nous rattache à une histoire et à des pratiques collectives. (...) Plus que l'édifice isolé, la forme de la ville, ses rues, ses places, ses repentirs et ses maladroites nous restituent la vie d'hier et, surtout, offrent dans la continuité, un cadre aux activités d'aujourd'hui. La morphologie urbaine nous situe dans une tradition.

« Les monuments ont du mal à nous parler, le temps les a rendu aphasiques ; ils ont même perdu parfois leur sens originel parce que qu'ils n'ont plus de fonction. La ville ancienne, elle, continue à nous parler ; la vie, notre vie, continue de s'y dérouler (...). Elle est un patrimoine vivant (...). » [BEGHAIN, pages 59 à 60].

Le patrimoine urbain fait ressentir l'épaisseur du temps habité et vécu dans les lieux. Sa valeur n'est plus seulement esthétique ou politique (monter la grandeur de la nation à travers ses constructions monumentales), mais phénoménologique : elle fait ressentir la dimension des lieux comme territoire, dimension dans laquelle espace et temps se rejoignent.

Cette compréhension de la conception muséale de la ville développée par Patrice Beghain est-elle applicable dans toutes ses dimensions à l'idée de « ville musée » avancée par la municipalité d'Istanbul ?

Le projet de « ville musée » s'intéresse certes aux quartiers historiques dans leur ensemble, en faisant des « périmètres sauvegardés », si l'on reprend la notion élaborée pour la loi Malraux de 1962 en France. Or jusqu'ici, seuls deux quartiers historiques, le quartier de Süleymaniye et celui situé entre Sultanahmet et la mer de Marmara, ont été l'objet d'un plan de protection à partir des années 1960. Fener et Balat, dont le bâti ancien est relativement conservé, sont aujourd'hui aussi l'objet de mesure de protection notamment sous l'égide de l'Union européenne. Mais dans la péninsule historique, ces quartiers font surtout figures d'exception. Dans l'ensemble, le bâti historique a été totalement négligé et seuls les monuments fastueux ont été efficacement protégés. Ainsi, à cent mètres des enceintes de Topkapı, les monuments historiques jouxtent les immeubles de mauvaise qualité des années soixante-dix, les voies d'autoroutes traversent de part en part la péninsule. Dans son article sur la muraille terrestre d'Istanbul, Jean-François Pérouse souligne les difficultés autour de la notion de patrimoine qui reste en Turquie cantonnée aux monuments ponctuels :

« Dans toutes ces déclinaisons, si l'idée de responsabilité et de nécessaire transmission d'un bien aux générations futures est désormais acquise, l'idéologie de la durabilité ayant été désormais largement diffusée dans le discours politique turc, le patrimoine reste une collection de « biens » valorisés séparément les uns des autres. [...] Quand on examine les diverses instances en charge [à Istanbul] de ce que l'on entend en français par « patrimoine », celles-ci visent des objets monumentaux – c'est le cas de l'ancien « Conseil Supérieur des Monuments » – ou des « environnements historiques », comme la « Direction pour la Protection de l'Environnement Historique », tout récemment créée au sein de la mairie du Grand Istanbul. Par ailleurs, la loi sur la « Protection des Vieilles maisons » (loi n.1740 de 1973) en reste à la définition d'objets remarquables. Et si la loi « sur la Protection » (loi n.2863 de juillet 1983), qui institue le « Conseil de Protection des Biens Culturels et Historiques » (dépendant du ministère de la Culture) paraît plus ambitieuse, la définition des « biens » revêt un caractère très nationaliste. » [PEROUSE, 2005]

De ce point de vue, le projet « ville musée » marque t-il réellement un tournant dans la manière d'envisager la conservation de la vieille ville ?

III.2.2.3. L'industrie patrimoniale

Le projet « ville musée » est donc une reconnaissance du statut de patrimoine historique à part entière de la ville et des ensembles anciens et il ambitionne de ce fait une mise en valeur de la ville historique.

Mais l'expression de mise en valeur porte en elle-même une ambiguïté que l'on retrouve aussi dans l'expression « ville musée » et qui est particulièrement patente dans le contexte stambouliote. Dans son livre *L'allégorie du patrimoine*, Françoise Choay rappelle les termes de cette ambiguïté : la mise en valeur « renvoie [certes] aux valeurs du patrimoine qu'il s'agit de faire reconnaître » [CHOAY, page 157] mais aussi à la notion de « plus-value d'attractivité, dont il est inutile de rappeler les connotations économiques » [*idem*, page 158].

Le patrimoine est devenu en effet aujourd'hui l'objet d'une industrie lucrative, phénomène qui fait employer à Françoise Choay l'expression d'« industrie patrimoniale ». Celle-ci, dit-elle, « greffée sur des pratiques à vocation pédagogique et démocratique non lucrative, fut lancée d'abord à fonds perdus, dans la perspective et l'hypothèse du

développement et du tourisme. Elle représente aujourd'hui, directement ou non, une part croissante du budget et du revenu des nations. » [*idem*, page 169]. L'industrie patrimoniale repose sur un engouement dans les pays occidentaux pour le patrimoine, objet d'une véritable « ferveur », voir d'un « culte » [*idem*, page 179] dont Françoise Choay retrace l'histoire pour en comprendre les fondements. Cet intérêt pour le patrimoine est ce qui donne corps au tourisme culturel, tourisme national ou international très rémunérateur [ORIGET DU CLUZEAU, page 3]. Les centres anciens des villes sont, au même titre que les monuments ou les musées, concernés par ce phénomène de sorte que, toujours selon Françoise Choay, « un marché international des centres et quartiers anciens s'est créé » [*idem*, page 170]. Une fois ce contexte rappelé, on comprend dès lors que la mise en valeur des quartiers historiques que promeut le projet « ville musée » à Istanbul vise aussi à profiter de ce phénomène et à ce positionner sur ce « marché international ».

III.2.2.3.1. Le primat donné à la mise en tourisme

Or, cette seconde signification contenue en filigrane dans l'expression « mise en valeur » est dans les faits « un système de valeur et un style de conservation » antagoniste par rapport à la première. La première se place « sous le signe du respect », mettant un point d'honneur à la protection et à la conservation fidèle du patrimoine ; la seconde est « placée sous le signe de la rentabilité et d'un vain prestige » bien souvent au mépris d'une véritable considération pour le patrimoine [CHOAY, page 158].

Qu'en est-il du projet « ville-musée » ? Plusieurs éléments invitent à penser que, dans le cas du projet « ville musée » à Istanbul, la seconde logique est dominante. L'évacuation de toutes les activités et fonctions non directement touristiques des quartiers concernés par le projet prouve bien que l'ambition première est la totale « touristification » de ces quartiers. Dans ce cadre, le projet fait peu de place aux règles concernant la conservation et la restauration du bâti. Ce qui compte, c'est avant tout l'apparence ancienne et « typique » de la ville, et pour ce faire, les quartiers peuvent faire l'objet de reconstitution dans le « style » décrété ancien ou typique. Cette année encore, L'UNESCO a menacé Istanbul d'être retiré de la liste du « Patrimoine de l'humanité » pour sa négligence envers les murailles terrestres de Théodose mais aussi envers les quelques maisons en bois traditionnelles qui subsistent dans la péninsule historique et le long du Bosphore.



Planche 101 : Maison en bois dans le quartier de Süleymaniye (30/05/2007)



Planche 102 : Maison en bois dans le quartier de Sultanahmet
← (12/04/2007)

Planche 103 : Maison en bois dans le quartier de Sultanahmet
(12/04/2007) →



Ces rapports conflictuels s'expliquent en grande partie sans doute par une incompréhension autour de la notion de patrimoine qui, d'après Jean-François Pérouse, « dans son acception occidentale, actuelle, n'a pas son équivalent en turc. [...] Et ce que l'UNESCO désigne comme patrimoine – sans parler du classement d'Istanbul en septembre 1987, parmi les « Cent sites historiques d'intérêt commun méditerranéen », reste à construire comme patrimoine partagé par les Turcs eux-mêmes. » [PEROUSE,]

Or, selon l'auteur, la manne touristique n'encourage pas forcément cette prise de conscience et peut même se révéler être un frein :

« La difficile inscription de ces sites classés dans les documents d'urbanisme et les incessantes violations et dérogations dont ces documents font l'objet, au nom notamment du sacro-saint développement touristique, concourent à empêcher l'émergence d'une conscience patrimoniale reposant sur le sens du bien commun et de l'histoire partagée. »

La création de « périmètres historiques sauvegardés » n'induit donc pas forcément un changement dans la conception du patrimoine.

III.2.2.3.2. Mise en tourisme et artificialisation de la ville ancienne

Le projet « ville musée » privilégiant la mise en tourisme sur la conservation et protection, la ville est « transformée en produit de consommation culturelle [...] réinvestie à des fins économiques qui bénéficient symboliquement de son statut historique et patrimonial, mais sans lui être subordonnée. » [CHOAY, page 158].

Ce qui est privilégié alors, c'est une mise en scène de la ville « éclairée, toilettée, apprêtée aux fins d'embellissement et de mise en image médiatique » [ibidem]. Le tourisme culturel « de masse » pose en effet de nombreuses exigences quant à l'aspect des lieux visités. Ceux-ci doivent être « attrayants », c'est-à-dire propres, coquets, en même temps que pittoresques et authentiques. La ville ancienne est en quelque sorte artificialisée pour correspondre aux mesures standard du produit commercial en quoi elle est transformée, au point que Sylvie Brunel parle, dans son dernier livre, d'une « disneylandisation »⁹⁶ du monde.

En ce qui concerne les mesures de rénovation, le projet « ville musée » prévoit une harmonisation du bâti pour lui rendre son aspect et son style prétendument « originel » caractérisé par les maisons en bois, généralement peintes, les rues pavées. L'homogénéisation du style architectural et urbanistique implique la démolition des bâtiments qui n'entrent pas



Planche 103 : La construction d'une maison « ottomane » dans le quartier de la gare (Eminönü, 10/05/2007)

dans le style recherché, ou des greffes de style hétéroclite ajoutées à des maisons anciennes au fil du temps. Il est prévu de reconstruire à leur place des maisons dans le style d'époque, généralement des maisons de parpaing recouvertes d'un placage de bois (ou de plastique imitant le bois).

Mais la rénovation du bâti n'est qu'un des aspects de la « mise en tourisme » des quartiers historiques. Celle-ci implique des restructurations en



Planche 104 : Un han dans le quartier du grand bazar utilisé pour le commerce de gros (04/06/2007)

profondeur des fonctions même de la ville. Les fonctions « gênantes » pour le développement de l'activité touristique doivent disparaître. Sont concernées en premier lieu les activités polluantes (pollution chimique mais surtout sonore, olfactive, visuelle) qui pourraient

⁹⁶ Sylvie Brunel, 2006, *La planète disneylandisée. Chroniques d'un tour du monde*, 276 pages, Editions Sciences humaines, Auxerre.

importuner les touristes – le marchandage ambulant en faisant à ce titre partie. Sont concernées aussi les activités trop consommatrices d'espace qui gêneraient l'installation d'infrastructures hôtelières par exemple : activités artisanales, commerciales (commerce de gros), mais aussi administratives (d'autant que ces dernières occupent des monuments prestigieux à proximité de Sultanahmet, site idéal pour en faire des hôtels de standing). *A contrario*, on favorise les activités qui répondent à la fonction touristique exclusivement : hôtels, restaurants, commerces de souvenirs, voire certaines échoppes d'artisans et marchands ambulants « réglementaires », mais sous une forme folklorisée. Enfin, le projet inclut dans cette « mise en valeur » une dédensification, sous-entendu le départ des populations les plus pauvres et un « embourgeoisement » des quartiers concernés. Il est intéressant à ce titre de remarquer que le souci de conformation à un standard international du centre ancien conduit les responsables municipaux d'Istanbul à impulser la gentrification, à savoir le remplacement de populations à revenus inférieurs par des populations à revenus supérieurs et donc une mutation des populations et l'éviction de couches populaires de certains espaces centraux ainsi qu'une mutation des commerces, activités de loisirs et de services.

En somme, la mise en tourisme que prévoit le projet « ville musée » signifie la conformation à une image stéréotypée de ce que doit être un quartier ancien. Dès lors, la municipalité s'équipe des « procédés d'emballage permettant de livrer [...] les centres et quartiers anciens, prêts à la consommation culturelle [...]. Un arsenal de dispositifs éprouvés permettent d'attirer les amateurs, de les retenir, d'organiser l'économie de leur temps, de les dépayser dans la familiarité et le confort : systèmes de signalisation et d'orientation graphiques ; stéréotypes du pittoresque urbain : mails, placettes, passages piétonniers, pavés ou dallés à l'ancienne, équipés de mobiliers industrialisés standards (candélabres, bancs, corbeilles à déchets, téléphones publics) rétros ou non, égayés selon la place disponible de sculptures contemporaines, de fontaines, de bacs à fleurs rustiques et d'arbrisseaux internationaux ; stéréotypes du loisir urbain : cafés de plein air avec mobiliers adéquats, échoppes pour artisans, galeries d'art, friperies et encore, toujours, partout, sous toutes ses formes, régionale, exotique, industrielle, le restaurant. » [CHOAY, pages 168 et 169].

Cette mise en valeur des centres anciens, motivée quasi uniquement par des intérêts touristiques, risque donc d'aboutir à ce que Françoise Choay nomme un « effet pervers de la mise en valeur » à savoir une « banalisation secondaire » des centres anciens [CHOAY, page 170].

III.2.2.4. Le patrimoine mystificateur

III.2.2.4.1. Le « style ottoman »

En même temps qu'elle induit une standardisation de l'aspect de la ville ancienne, la « mise en tourisme », nous l'avons vu, tend, pour séduire, à reconstituer les quartiers historiques selon un style « authentique », lui-même stéréotypé. Le style architectural revendiqué à Istanbul est nommé sous le terme d'« ottoman ». Celui-ci caractérise ce que l'on appelle alors les « quartiers ottomans » ou les « quartiers turcs », ceux-ci étant censés être fidèles à ce qu'ils étaient à l'époque ottomane. Il est donc considéré qu'il existe un style ottoman homogène identifiable.

Ce point de vue néglige d'une part que, avant d'être ottomane, Istanbul a été byzantine et que l'architecture et la forme de la ville ne s'est pas radicalement transformée en 1453. La ville ayant lors de la Conquête perdu la moitié de ses habitants, les nouveaux arrivants venus repeupler la ville sous l'ordre de Mehmet II, se logent dans les habitations existantes dont le sultan leur accorde la propriété. [MANTRAN, 1996, pages 196 à 199]. Par ailleurs, la ville « conserve les grands axes de circulation de la période byzantine » [*idem*, page 227]. Il est vrai que la population augmente très vite, ce qui oblige à des constructions nouvelles qui s'organisent autour des nouvelles mosquées, ce qui change l'organisation urbaine [*idem*, page 202]. Quant aux édifices de prestige, leur architecture, à l'influence seldjoukide notamment, est très différente de celle des édifices byzantins. Mais l'époque ottomane dure plus de cinq siècles et, sur une période aussi longue, la manière d'édifier les mosquées et les palais mais aussi les maisons, du simple fait de l'évolution des techniques et des goûts, n'a pu rester inchangée. Enfin, durant toute cette période, Istanbul abrite des communautés religieuses ou ethniques, regroupées en quartiers. Chacun de ces quartiers avait souvent des caractéristiques architecturales et des configurations urbaines différentes du fait notamment de l'origine géographique variée de ces populations : déplacés de l'Empire ottoman, Maures, Juifs d'Espagne mais aussi d'Europe centrale et d'Italie, chrétiens des Balkans et musulmans des pays arabes [*idem*, pages 199 et 226-227]. La religion, déterminant en partie l'organisation sociale, pouvait elle aussi jouer sur la configuration urbaine comme on l'a vu plus haut avec les quartiers musulmans, les *mahalle*, qui se construisent autour des mosquées modestes, les *mesdjid*. Enfin, il existe aussi des quartiers plus résidentiels « proches du palais de Topkapı et

de l'Hippodrome, autour de la mosquée Süleymaniye et de celle de Chehzâde » dont l'allure diffère beaucoup des quartiers populaires [*idem*, page 229].

Le style « ottoman » en architecture est donc extrêmement vague et ne correspond en rien à une qualification experte établie par l'histoire de l'art. La désignation simplificatrice, qui va de pair avec une conception de la restauration peu scrupuleuse, est inventée pour désigner comme une entité homogène ce qui est en réalité, dans sa dimension à la fois spatiale et temporelle, divers. On crée ainsi une figure unique – le style ottoman et les quartiers ottomans – sans réalité historique mais facilement identifiable et reconnaissable : une sorte d'image d'Épinal.

La simplicité du discours a tout d'abord une efficacité touristique et trouve toute sa place dans le processus de « mise en valeur » des quartiers anciens. Mais dans le même temps, c'est un discours sur l'identité nationale : les quartiers historiques sont indifféremment dits « turcs » ou « ottomans » ce qui signifie que l'histoire des Turcs est ottomane et n'inclut pas la période byzantine. Quant à l'histoire ottomane, elle est elle-même monolithique, à l'image de son prétendu style architectural.

Dans son rapport sur le projet de sauvegarde de la péninsule historique, Derya Ozel insiste sur cette représentation sélective du patrimoine, une « conception nationaliste qui tend à protéger tout ce qui concerne la période ottomane et rien d'autre » [Ozel, page 18]. Le plan néglige en effet complètement l'héritage archéologique, « aucune planche concernant l'analyse archéologique de cette zone n'y figurant » [*idem*, page 4] alors que la construction de voies souterraines et de parkings souterrains est suggérée. L'intérêt est certes économique et touristique et il s'agit de faire au plus rentable : les fouilles ralentissent les opérations et les musées archéologiques intéressent peu les touristes. Mais ce désintérêt signifie aussi implicitement que les 2000 ans d'Histoire qui précèdent 1453 ne sont pas considérés comme participant à l'Histoire de la Turquie et des Turcs. Dans son article sur les murailles d'Istanbul, Jean-François Pérouse quant à lui note qu'« il semble y avoir une difficulté à considérer la muraille d'un point de vue pluriel, sans la rabattre sur un passé exclusivement turc ou ottoman, qui pourrait être parfaitement distingué des passés romains, voire grecs ou byzantins. L'écriture de l'histoire que font les pouvoirs locaux manifeste donc une impossibilité à articuler les multiples mémoires en jeu. Si on ne voit dans la Conquête que la victoire de l'islam sur le christianisme byzantin – bien affaibli par le christianisme latin –, il est sûr que l'appréhension de la muraille, érigée au rang de symbole de cette victoire historique, est biaisée. »

III.2.2.3.2. Construire des « quartiers ottomans » au mépris de la réalité historique

Cette vision stéréotypée et fautive de la ville ottomane, du style ottoman, en vient à nier, voire à anéantir, l'histoire réelle de la ville au nom même de la reconstruction de la ville



Planche 105 : Maison en bois dans le quartier de Sulukule (14/04/2007)

ottomane et turque. Car la réalité historique de la ville à l'époque ottomane est loin de correspondre à la vision réductrice qui prédomine. Un très bon exemple est celui du quartier de Sulukule, situé le long des murailles terrestres. Celui-ci est habité depuis des décennies par des Roms. Or aujourd'hui, ce quartier est menacé par la municipalité qui entend détruire les habitations de vieilles maisons en bois - pour



Planche 106 : Fontaine dans le quartier de Sulukule (14/04/2007)

reconstruire des résidences de standing, « sans doute aux « traits ottomans » à l'image du quartier turc de Süleymaniye⁹⁷ »⁹⁸, ce qui signifie l'expulsion de la population rom. Ainsi, Hamdi Gardin, responsable de l'Observatoire urbain d'Istanbul, note :

« Si au départ, aucune référence n'est faite à la particularité culturelle de ce quartier, il s'agit bien d'une tentative d'absorber un tissu urbain qui s'inscrit mal dans l'historicité que la municipalité de Fatih est en train de construire. L'idée de construire un « quartier turc à Ayvansaray » est aussi révélatrice de ce processus mais montre bien la vision historique qui caractérise les municipalités de la rive Ouest de la Corne d'Or : Eminönü, Fatih, Eyüp. »⁹⁹

On voit donc ici que le non respect de la forme urbaine historique réelle que la mise en tourisme favorise va de pair avec le non respect de l'Histoire de la ville, de même que l'invention d'un prétendu style ottoman « authentique » va de pair avec la réinvention de l'Histoire de la ville pour qu'elle corresponde à l'utilisation que l'on veut en faire.

⁹⁷ Le quartier de Süleymaniye, autour de la célèbre mosquée qui porte son nom, a fait l'objet de mesures de protection précoces. On en parle comme du « quartier turc » ou du « véritable quartier turc » et il est souvent cité comme exemple à suivre et à reproduire dans la mise en valeur des quartiers à rénover.

⁹⁸ *Lettre de l'Observatoire urbain d'Istanbul* n°26 page 36.

⁹⁹ *Lettre de l'Observatoire urbain d'Istanbul* n°26 page 39



Planche 107 : Affiche réalisée par l'association de défense des habitants de Sulukule :
« Moi je suis né à Sulukule, mon père est né à Sulukule, mon grand-père est né à Sulukule... » (14/04/2007)



Planche 108 : Journée d'action dans les locaux de l'association de défense des habitants de Sulukule (14/04/2007)



Planche 109 : Accrochage du drapeau turc pendant le concert réunissant des habitants de Sulukule pour signifier leur appartenance à la nation turque (14/04/2007)

Nous avons vu que le projet « ville musée » vise la mise en valeur de certains quartiers et ensembles historiques considérés comme patrimoine à part entière. Cette mise en valeur consiste avant tout en une mise en tourisme où prédomine l'aspect de rentabilité au détriment d'une considération « muséale » du patrimoine qui s'applique à rendre compte au plus près des formes urbaines et architecturales originelles. Dans l'expression « ville musée » prédomine donc l'aspect de vitrine devant laquelle il fait bon déambuler, selon un parcours minutieusement balisé et orchestré. Cette vitrine invite à contempler une figure réifiée du passé, figure qui a les allures de l'authenticité mais qui est en réalité artificielle car remaniée et recomposée et qui permet toutes les manipulations.

La vision du patrimoine qu'implique une mise en valeur à des fins touristiques conforme aux standards internationaux en la matière n'a donc rien pour bousculer une vision

figée mais aussi mystificatrice du patrimoine. La mise en tourisme valorise la belle vitrine qui fige le passé dans une image stéréotypée.

Conclusion

S'interrogeant sur la pertinence de l'emploi de l'expression de politique culturelle municipale dans le contexte stambouliote, il était nécessaire dans un premier temps de dresser l'inventaire de l'offre culturelle municipale à Istanbul, dispersée et peu lisible et n'ayant jamais fait jusqu'ici l'objet d'un tel état des lieux. Deux types de structures et d'activités culturelles sont distingués : d'une part les vieilles institutions kémalistes qui ont peu évolué depuis une vingtaine d'années et qui sont délaissées par la municipalité ; d'autre part les structures qui font l'objet d'un investissement fort de la part de la municipalité et dont les réalisations témoignent des choix faits en propre par la municipalité dans le domaine culturel. Le public visé par ces dernières est un public populaire. Parler de politique culturelle supposait aussi de trouver forme et cohérence à l'action culturelle municipale. Nous la trouvons dans la conception même de la culture, conception essentialiste, nationo- et ethno-centrée qui fait de la culture un instrument au service de la construction d'une identité politique, en l'occurrence nationale. Cette conception avait présidé à la politique culturelle menée par Atatürk à partir des années 1920 et l'on peut dire qu'en cela, la municipalité d'Istanbul s'inscrit pleinement dans l'héritage kémaliste. Elle s'en écarte cependant de manière cruciale sur le contenu qu'elle donne à la culture et à l'identité dites turques, mettant sur le devant de la scène le passé ottoman, référence idéalisée et désormais presque exclusive, alors qu'elle avait été bannie de l'Histoire de la République turque par Mustapha Kemal. La confrontation historique marque les tensions majeures dans le contexte turc autour de la laïcité et du rapport de l'Etat à la religion, l'Empire faisant figure pour les tenants du parti de l'islam modéré d'un modèle de tolérance et de laïcité « libérale » à l'anglo-saxonne.

La seconde partie s'attache à montrer que le projet de la politique culturelle municipale est de forger et de diffuser dans l'espace physique et mental une identité ottomane porteuse de valeurs. Il s'agit donc d'étudier la manière dont la municipalité s'y prend pour orienter, modifier les représentations que les habitants ont de leur ville et pour créer un sentiment d'appartenance autour d'un pôle historique ottoman. Dans l'ensemble de l'offre culturelle municipale, un poids particulier est donné à des activités qui ont un rapport direct avec l'espace urbain : trois événements festifs qui ont lieu dans l'espace public de la ville (la commémoration de la conquête d'Istanbul par les Ottomans, la Fête de la tulipe, les festivités

du ramadan) ainsi que les visites urbaines qui visent à faire connaître la géographie et l'histoire de la ville. L'analyse de ces activités est menée à partir des questionnements suivants : comment la municipalité tente de créer des liens affectifs avec la ville et de susciter de la fierté en faisant connaître l'histoire ottomane, quitte à recréer des traditions très éloignées de la réalité historique et à diffuser des mythes; comment elle oriente la perception de l'espace vécu en créant des repères choisis dans l'espace urbain et en ponctuant l'espace urbain de références et de symboles, en revalorisant certains lieux pour tenter de recomposer des centralités. Ce qui est en jeu ici, c'est l'identité spatiale d'un territoire travaillée par les édiles. La démarche s'appuie sur une réflexion sur la notion d'espace en termes de représentation mais aussi de pouvoir : conçu comme un média à part entière, l'espace constitue un enjeu politique car il est un vecteur d'identité collective et une des dimensions de l'identité sociale propices à la légitimation du pouvoir politique. Il ne s'agissait donc d'analyser non pas les représentations ou l'identité réelles d'Istanbul et de ses habitants mais le projet d'une équipe municipale à un moment donné, sans évaluer ou rendre compte de l'efficacité réelle d'un tel volontarisme politique.

La troisième partie s'intéresse à l'articulation entre la conception restreinte, ethnocentrée et essentialiste de la culture associée à des valeurs conservatrices que nous avons dégagée avec l'entreprise sans cesse réaffirmée d'élever Istanbul au rang de « ville internationale » tournée et ouverte vers l'extérieur et la mondialisation. La politique culturelle de la municipalité est notamment confrontée dans cette partie à la politique d'image à destination de l'étranger, à travers les publications à destinations des touristes internationaux ou les discours associés à des événements de communication internationale comme le « Congrès des maires du monde » (avril 2007). Sans en rester au constat d'une contradiction entre deux discours, il s'agit de chercher à comprendre quels outils et quelles stratégies intellectuelles et techniques sont mis en place pour les articuler. Des jalons d'explication sont donnés, qui insistent sur l'utilisation de concepts (le post-modernisme) ou d'outils (la mise en tourisme) caméléons. L'argumentation s'appuie d'abord sur l'étude de l'organisme municipal chargé de la formation artistique et professionnel, Ismek, dont l'action s'inscrit dans un courant de pensée qui revendique la tradition comme recours indispensable pour mieux vivre la modernité : face à une vie moderne déstructurante, les individus, ont besoin des attaches et des repères stables que nous fournit la tradition. Dans un deuxième temps, le regard est porté sur les outils utilisés pour la promotion internationale : d'une part les slogans et les logos, intimement liés à la mise en marque et au « marketing urbain » ; d'autre part les outils relatifs à une mise en tourisme standard du centre ancien. Dans les deux cas, ces outils permettent de

faire l'économie d'explication et de justification des choix opérés tout en puisant dans un univers de signes et de représentations investis d'une signification politique et idéologique.

Ce travail est avant tout un travail exploratoire étant donné la rareté, voire l'absence de travaux antérieurs écrits sur la politique culturelle contemporaine ou passée à l'échelle de la municipalité d'Istanbul ou de l'Etat turc. Ceci en constitue sans doute à la fois l'intérêt et les limites. Il montre tout d'abord combien l'étude de la politique culturelle dans le contexte turc, au coeur des principaux enjeux politiques actuels, peut s'avérer riche. D'autre part, le caractère inexploré du sujet nous a conduit à un vrai travail de construction d'hypothèses et d'élaboration progressive de problématique, cheminement long mais passionnant, mené durant les trois mois passés à Istanbul, à mesure que nous nous familiarisions avec l'histoire et le contexte politique et social turc. Le travail mené peut donc être présenté comme une vaste entreprise de compréhension. Insistant sur les éléments contextuels, il pose un cadre d'interprétation et propose des pistes de recherche. Enfin, la dimension géographique du travail constitue une approche originale dans la compréhension d'un objet éminemment politique qui aurait plus communément été traité dans le cadre d'une étude de sociologie ou, plus encore, de science politique. Les questionnements qui président à la deuxième partie notamment révèlent à notre avis la richesse de cette approche.

Il est cependant assez difficile de travailler sur un sujet sans source. Quand une grande partie du travail consiste à comprendre le contexte d'ensemble, il est difficile de restreindre le sujet de manière à pouvoir, dans le temps imparti, l'étayer de données précises. Par conséquent, la plupart des idées avancées mériteraient de plus amples et plus fouillés développements construits à partir de données recueillies au cours de terrains minutieux. De fait, il nous semble que la démarche à adopter avant de continuer le travail entrepris devrait consister dans un processus inverse au processus habituel : au lieu d'élargir le sujet, sa problématique et son terrain d'étude, il s'agirait plutôt ou de le restreindre en conservant les hypothèses qui, un fois discutées, semblent les plus pertinentes, ou d'en conserver le périmètre actuel, en menant un terrain plus fouillé.

Bibliographie

Ouvrages et articles consultés

- AKURGAL Ekrem (dir.), 1981, *L'art en Turquie*, Office du livre, Fribourg, 268 pages.
- ANTIER Gilles, 2005, *Les stratégies des grandes métropoles, Enjeux, pouvoirs et aménagement*, Armand Colin, Paris, 249 pages.
- ARON Raymond, 1997, *Les étapes de la pensée sociologique*, Gallimard, Paris, 662 pages.
- BABET Nicolas, 1995, « De la technopole comme idéal au 'marketing' territorial comme moyen d'action », *Géo-regard, Cahiers de l'institut de géographie de l'université de Neuchâtel*, n°33, Neuchâtel, 107 pages.
- BABELON J.-P. et CHASTEL A., 1994, *La notion de patrimoine*, éditions Liana Levi, Paris, 142 pages.
- BAILLY Antoine, 2004, *Les concepts de la géographie humaine*, Armand Colin, Paris, 333 pages.
- BASTIE J. et DEZERT B., 1980, *L'espace urbain*, Editions Masson, Paris, 381 pages.
- BASTIE J. et DEZERT B., 1991, *La ville*, Editions Masson, Paris, 413 pages.
- BEGHAIN Patrice, 1998, *Patrimoine : culture et lien social*, Presses de Sciences-Po, Paris, pages 116.
- BONNET Jacques, 1994, *Les grandes métropoles mondiales*, collection Géographie d'aujourd'hui, Nathan Université, Paris, 191 pages.
- CHOAY Françoise, 1996 (2^e édition revue et augmentée), *L'allégorie du patrimoine*, Seuil, Paris, 260 pages.
- COPEAUX Etienne, 1997, *Espace et temps dans la nation turque : analyse d'une historiographie nationaliste, 1931-1993*, CNRS, Paris, 369 pages.
- CAUZARD Daniel, PERRET Jean, RONIN Yves, 1989, *Images de marques, marques d'images. 100 marques du patrimoine français*, Ramsey, Paris, 225 pages.
- CUCHE Denys, 2001 (2^e édition revue et augmentée), *La notion de culture dans les sciences sociales*, La découverte, Repères, Paris, 122 pages.
- DELI Fadime, PEROUSE Jean-François, 2002, *Migrations internes vers Istanbul : discours, sources et quelques réalités*, Les dossiers de l'IFEA, Observatoire urbain d'Istanbul, Institut français d'études anatoliennes, Istanbul, 55 pages.

- DI MEO Guy, 1998, *Géographie sociale et territoire*, Nathan, Paris, 288 pages.
- DI MEO Guy et BULEON Pascal, 2005, *L'espace social, lecture géographique des sociétés*, Armand Colin, Paris, 303 pages.
- DORIER-APPRILL Elisabeth (dir.), 2001, *Vocabulaire de la ville, Notions et références*, Editions du temps, Paris, 191 pages.
- DUBOIS Vincent, 1996, *Institutions et politiques culturelles locales : éléments pour une recherche socio-historique*, éditions du Ministère de la culture, Paris, 70 pages.
- FERRAND Alain et CHAVANAT Nicolas, 2006, « Le marketing territorial événementiel », dans CHAPPELET Jean-Loup (dir.), *Les politiques publiques d'accueil d'événements sportifs*, L'Harmattan, Paris, pages 91 à 131.
- GAUDIN J-P, 1989, *Technopolis, crises urbaines et innovations municipales*, PUF, Paris, 168 pages.
- GEORGEON François, 1995, « Le ramadan à Istanbul de l'Empire à la République », dans GEORGEON François, *Des ottomans aux Turcs : naissance d'une nation*, Editions Isis, Istanbul, pages 31 à 113.
- GILBERT Anne, 1986, « L'idéologie spatiale : conceptualisation, mise en forme et portée pour la géographie », *L'espace géographique*, Doin, Paris, pages 57 à 66.
- GILQUIN Michel, 2004, « Islam, modernité et formatage des comportements », *Cemoti* n°35, <http://cemoti.revues.org/document771.html>.
- HIERNAUX-NICOLAS Daniel, 2003, « (Ré)investir les espaces centraux des villes mexicaines », dans BIDOU-ZACHARIASEN Catherine (dir.), *Retour en ville : des processus de "gentrification" urbaine aux politiques de "revitalisation" des centres*, Descartes, Paris, 267 pages.
- HITZEL Frédéric, 2001, *L'Empire ottoman, XV^e - XVIII^e siècles*, Les Belles Lettres, Paris, 319 pages.
- LANQUAR Robert et HOLLIER Robert, 2001, *Le marketing touristique*, PUF, Paris, 123 pages.
- LEWI Georges et ROGLIANO Caroline, 2006, *Mémento pratique du branding. Comment gérer une marque au quotidien*, Village mondial, Pearson Education France, Paris, 310 pages.
- MANTRAN Robert (dir.), 1989, *Histoire de l'Empire ottoman*, Editions Fayard, Paris, 802 pages.
- MANTRAN Robert, 1997, *Istanbul*, Fayard, Paris, 382 pages.
- MANTRAN Robert, 2004, « Mustapha Kemal Atatürk », dans ROY Olivier (dir.), *La Turquie aujourd'hui, Un pays européen ?*, Editions Universalis, Paris, pages 119 à 128.
- MASSICARD Elise, 2004, « L'islam en Turquie, pays musulman et laïc », dans ROY Olivier (dir.), *La Turquie aujourd'hui, Un pays européen ?*, Editions Universalis, Paris, pages 55 à 67.

MEISSONNIER Joël, 2006, *Marchands de rue à Istanbul, Présence urbaine d'une offre commerciale en perpétuelle recomposition spatiale*, Les dossiers de l'IFEA, Institut français d'études anatoliennes, Istanbul, 77 pages.

MONCEAU Nicolas, 1998, « Le mécénat culturel privé en Turquie », *Turcica*, tome 30, Editions Peeters, Leuven, pages 225 à 252.

ÖRER Bige, 2002, *Politique culturelle et refondation d'une identité urbaine : la municipalité « Vision Nationale » de Kagithane*, Mémoire de DEA de sociologie, dir. de recherche Chantal Bordes-Benayoun et Daniel Bartement, Université de Toulouse II – le Mirail, 67 pages.

ORIGET DU CLUZEAU Claude, 2005 (3^e édition revue et corrigée), *Le tourisme culturel*, PUF, Paris, 126 pages.

PEROUSE Jean-François, 1998, « Istanbul, métropole eurasiennne en effervescence », in *Techniques, Territoires et Sociétés*, n°35, "De la ville à la mégapole : essor ou déclin des villes au XXI^e siècle?", Ministère de l'Équipement, des Transports et du Logement, Paris-la-Défense, pages 83 à 91.

PEROUSE Jean-François, 2004, « Gouverner Istanbul aujourd'hui », in *Rives nord-méditerranéennes*, « Mutations politiques, mutations urbaines », <http://rives.revues.org/document152.html>. Consulté le 3 janvier 2008.

PEROUSE Jean-François, 2005, « La muraille terrestre d'Istanbul ou l'impossible mémoire urbaine », in *Rives nord-méditerranéennes*, Patrimoine et politiques urbaines en Méditerranée, <http://rives.revues.org/document434.html>. Consulté le 3 janvier 2008.

PEROUSE Jean-François, 2007, « Istanbul entre Paris et Dubaï, mise en conformité « internationale », nettoyage et résistances », in BERRY-CHIKHAOUI I., DEBOULET A., ROULEAU-BERGER L. (dir.), *Villes internationales. Entre tensions et réactions des habitants*, La Découverte, coll. « Recherches », Paris, pages 31 à 62.

PUMAIN Denise, PAQUOT Thierry, KLEINSCHMAGER Richard, 2006, *Dictionnaire La ville et l'urbain*, collection villes, Economica, Anthropos, Paris, 320 pages.

ROSEMBERG Muriel, 2000, *Le marketing urbain en question, Production d'espace et de discours dans quatre projets de villes*, Economica, Paris, 184 pages.

ROUX Jean-Paul, 1984, *L'Histoire des Turcs*, Fayard, Paris, 389 pages.

ROY Olivier, 1995, *Les recompositions identitaires dans le monde musulman*, thèse sur travaux, Institut d'études politiques de Paris, Paris, 118 pages.

ROY Olivier, 2001, *Individu, communauté et société civile dans la reformulation religieuse de l'Islam contemporain*, texte de présentation pour l'habilitation à diriger des thèses, Fondation nationale des sciences politiques et Institut d'études politiques de Paris, Paris, 83 pages.

SASSEN Saskia, 1996, *La ville globale, New-York, Londres, Tokyo*, Descartes & Cie, Paris, 530 pages.

SFEZ L. et COUTLEE G., 1990, *Technologie et symbolique de la communication*, Presses universitaires de Grenoble, Grenoble, 432 pages.

THIESSE Anne-Marie, 2001, *La création des identités nationales*, Seuil, Paris, 307 pages.

TÜRELI Ipek, 2006, « Modeling Citizenship in Turkey's, Miniature Park », *TDSR*, vol. 17, n°2, pages 55 à 69.

URVOY Jean-Jacques et BELLE Dominique, 1989, *Une approche de la communication par le design*, Le Clan Diffusion, Paris, 38 pages.

YERASIMOS Stéphane, 1994, « Quel bonheur de se nommer Turc ! », dans YERASIMOS Stéphane (dir.), *Les Turcs. Orient et Occident, islam et modernité*, éditions Autrement, Paris, pages 16 à 54.

YERASIMOS, 2000, *Constantinople, de Byzance à Istanbul*, Editions Place des victoires, Paris, 399 pages.

ZARCONI Thierry, 2004, *La Turquie moderne et l'islam*, Flammarion, Paris, 362 pages.

Sites Internet consultés

Site de la municipalité du Grand Istanbul :
<http://www.ibb.gov.tr/en-US/Pages/Home.aspx>

Site de Kültür A.Ş. :
<http://www.kultursanat.org/kurumsal/?mekanlar&sid=24>

Site d'İsmek :
<http://ismek.ibb.gov.tr/portal/default.asp>

Site de la Fête de la tulipe :
<http://www.istanbulunlalesi.com>

Blog du Monde à propos de la Fête de la tulipe à Istanbul :
http://istanbul.blog.lemonde.fr/2006/04/30/2006_04_flower_power/

Sources orales – entretiens

Dans l'ordre chronologique

- 1 - Entretien avec Madame Berrak Atila, directrice du département des publications et des relations publiques de la municipalité d'arrondissement de Gaziosmanpaşa
- 2 - Entretien avec Monsieur Ali Akay, personnalité de la scène culturelle stambouliote, professeur de sociologie, organisateur d'événements artistiques contemporains à Istanbul.
- 3-Entretien avec Vecdi Sayar, président de l'association pour la communication interculturelle, membre du comité executif Istanbul 2010.
- 4 - Entretien avec Monsieur Altay Ünaltay, chercheur à Kültür A.Ş.
- 5 - Entretien avec Leman Yilmaz, responsable du festival international de théâtre de la fondation IKSŞ.
- 6 - Entretien avec Zeynep Morali, chargée de projet à l'Institut culturel français d'Istanbul.
- 7 - Entretien avec une assistante de Zeynep Enlil, directrice du service Industries créatives du Planning métropolitain du Grand Istanbul.
- 8 - Entretien avec Mustapha Tanrıyar, manager dans le service recherche et d'évaluation au département de l'information touristique. Ministère de la Culture et du Tourisme.
- 9 - Entretien avec Ali Kelep, assistant du directeur du département « Istanbul » du ministère de la culture et du tourisme.
- 10 - Entretien avec Kohran Gümüş, président de la fondation Human settlement qui promeut des projets sociaux et culturels.
- 11 - Entretien avec Ahmet Kuyaş, professeur d'histoire à l'université Galatasaray, spécialiste de la fin de l'Empire ottoman.
- 12 – Deuxième entretien avec Monsieur Altay Ünaltay, chercheur à Kültür A.Ş.
- 13 - Entretien avec Fany Elisa Torre, coordinatrice générale de la fondation Koman, du nom d'un célèbre artiste turc du XX^e siècle, qui met en place des projets artistiques souvent en lien avec l'éducatif.
- 14 - Entretien avec Serra Yilmaz, actrice, membre du comité artistique des théâtres municipaux pendant seize ans, de 1986 à 2003.

Table des figures

Figure 1 : Structures culturelles municipales réparties sur l'ensemble du territoire métropolitain	p 35
Figure 2 : Les lieux culturels municipaux du centre ville	p 36
Figure 3 : Les étapes historiques de la croissance urbaine	p 50
Figure 4 : Refaire de la péninsule historique un centre	p 84

Table des planches

Planche 1 : Logo de Kültür A.Ş. depuis sa fondation en 1989	p 23
Planche 2 : Dans le fond, le centre Atatürk, qui domine la place Taksim (7/04/2007)	p 26
Planche 3 : Un des sept théâtres municipaux à Şişli, face au Cemal Reşit Rey (10/06/2007)	p 27
Planche 4 : Couverture du <i>Kültür Sanat</i> du mois d'avril 2007	p 29
Planche 5 : La présentation des réalisations d'un atelier de papier marbré dans le centre culturel Altunizade (Üsküdar) (6/04/2007)	p 30
Planche 6 : Concert de musique traditionnelle turque dans le centre culturel Altunizade (Üsküdar) (6/04/2007)	p 30
Planche 7 : Conférence d'« instruction civique islamique turque » dans le centre culturel Tarik Zafer Tunaya (Beyoğlu) (10/04/2007)	p 30
Planche 8 : Entrée du lieu d'exposition municipal dans les anciennes écuries du palais de Topkapı (31/05/2007)	p 33
Planche 9 : Entrée du lieu d'exposition municipal avenue de la République (11/06/2007)	p 33
Planche 10 : Entrée de la librairie Atatürk sur l'avenue Istiklal (25/04/2007)	p 33
Planche 11 : Invitation dans le cadre du projet « Meetings at the center of the world » pour une rencontre entre Terry Eagleton et Hüsamettin Arslan sur le thème <i>Critique et idéologie</i> à la librairie Méphisto le 14 avril 2007 (recto)	p 35
Planche 12 : Invitation dans le cadre du projet « Meetings at the center of the world » pour une rencontre entre Terry Eagleton et Hüsamettin Arslan sur le thème de <i>Critique et idéologie</i> à la librairie Méphisto le 14 avril 2007 (verso)	p 35
Planche 13 : Entrée de la tente japonaise lors de la Fête de la tulipe sur la place de Taksim (7/04/2007)	p 40
Planche 14 : A l'intérieur de la tente japonaise lors de la Fête de la tulipe sur la place de Taksim (7/04/2007)	p 40
Planche 15 : Concert de musique tatare sur la place de Sultanahmet (10/06/2007)	p 40
Planche 16 : Le livre <i>Ben Istanbulum (Moi, je suis d'Istanbul)</i> dans la vitrine de la librairie Atatürk (20/05/2007)	p 52
Planche 17 : Concert des <i>mehter</i> pour la commémoration de la Conquête sur la place de Sultanahmet (1)	p 57
Planche 18 : Concert des <i>mehter</i> pour la commémoration de la Conquête sur la place de Sultanahmet (2) (29/05/2007)	p 59
Planche 19 : Défilé des <i>mehter</i> sur la place de Sultanahmet (1) (29/05/2007)	p 59
Planche 20 : Mehmet mène le défilé (1) (29/05/2007)	p 59
Planche 21 : Mehmet mène le défilé (2) (29/05/2007)	p 59
Planche 22: Défilé des <i>mehter</i> sur la place de Sultanahmet (2) (29/05/2007)	p 60
Planche 23: Défilé des <i>mehter</i> sur la place de Sultanahmet (3) (29/05/2007)	p 60
Planche 24 : Double page à l'intérieur du <i>Kültür Sanat</i> d'avril 2007.	p 63
Planche 25 : Prospectus pour un festival de pièces de théâtres turques organisé par la municipalité du Grand Istanbul entre le 2 et le 9 mai 2007.	p 63

Planche 26: Le jeu eau et lumière lors du spectacle de la commémoration de la Conquête (29/05/2007)	p 65
Planche 27 : Entrée dans l'espace dédié à la Fête de la tulipe, place Taksim (7/04/2007)	p 67
Planche 28 : Parterre de tulipes sur la place Taksim (7/04/2007)	p 67
Planche 29 : Sous la tente de Agaç A.S. (7/04/2007)	p 67
Planche 30: Tente d'animation pour les enfants (7/04/2007)	p 68
Planche 31 : Entrée de la tente d'encadrement turc (7/04/2007)	p 68
Planche 32: Intérieur de la tente d'encadrement turc (7/04/2007)	p 68
Planche 33: Sculptures contemporaines de tulipes à la Fête de la tulipe (7/04/2007)	p 68
Planche 34 : Affiche municipale (29/05/2007)	p 70
Planche 35 : Affiche pour une exposition sur la Conquête au Cemal Reşit Rey (29/05/2007)	p 70
Planche 36 : Affiches pour des événements de célébration de la Conquête (28/05/2007)	p 70
Planche 37 : Panneau d'affichage de 100 mètres sur 10 sur la place de Taksim (27/05/2007)	p 71
Planche 38 : Les banderoles municipales sur l'avenue de Mimar Sinam (10/04/2007)	p 71
Planche 39 : La place de Taksim avec le panneau d'affichage en arrière plan (27/05/2007)	p 71
Planche 40 : Fresque dans la station de métro Taksim représentant la prise de Constantinople (1) (15/06/2007)	p 72
Planche 41 : Fresque dans la station de métro Taksim représentant la prise de Constantinople (2) (15/06/2007)	p 72
Planche 42 : Fresque dans la station de métro Taksim représentant la prise de Constantinople (3) (15/06/2007)	p 73
Planche 43 : Fresque dans la station de métro Taksim représentant la prise de Constantinople (4) (15/06/2007)	p 73
Planche 44 : Visite scolaire de Sültanahmet (1) (12/04/2007)	p 76
Planche 45 : Visite scolaire de Sültanahmet (2) (12/04/2007)	p 76
Planche 46: Visite scolaire de Sainte Sophie (1) (9/05/2007)	p 76
Planche 47 : Visite scolaire de Sainte Sophie (2) (9/05/2007)	p 76
Planche 48 : Vue surplombante de Miniaturc (22/04/2007)	p 77
Planche 49: Visite scolaire de Miniaturc (1) (22/04/2007)	p 77
Planche 50: Visiteurs du parc Miniaturc (2) (22/04/2007)	p 77
Planche 51 : Le film projeté sur l'eau lors de la commémoration de la Conquête : Mehmet le Conquérant sur son cheval blanc (29/05/2007)	p 86
Planche 52 : Le film projeté sur l'eau lors de la commémoration de la Conquête : Mehmet le Conquérant (29/05/2007)	p 86
Planche 53 : Le film projeté sur l'eau lors de la commémoration de la Conquête : les murailles de Constantinople (29/05/2007)	p 86
Planche 54 : Le film projeté sur l'eau lors de la commémoration de la Conquête : les navires de guerre (29/05/2007)	p 86
Planche 55 : Motifs floraux (oeillets) sur des carreaux d'Iznik du palais de Topkapı (1) (31/05/2007)	p 89
Planche 56 : Motifs floraux (oeillets) sur des carreaux d'Iznik du palais de Topkapı (2) (31/05/2007)	p 89

Planche 57 : Motifs floraux (oeillets) sur des carreaux d'Iznik du palais de Topkapı (3) (31/05/2007)	p 89
Planche 58 : Ambiance festive pendant le concert de la commémoration de la Conquête sur les rives de la Corne d'Or (1) (29/05/2007)	p 92
Planche 59 : Ambiance festive pendant le concert de la commémoration de la Conquête sur les rives de la Corne d'Or (2) (29/05/2007)	p 92
Planche 60 : Ambiance festive pendant le concert de la commémoration de la Conquête sur les rives de la Corne d'Or (3) (29/05/2007)	p 92
Planche 61 : Atelier Ismek dans le quartier de la petite Sainte Sophie (1) (29/05/2007)	p 102
Planche 62 : Atelier Ismek dans le quartier de la petite Sainte Sophie (2) (29/05/2007)	p 102
Planche 63 : Atelier Ismek dans le quartier de la petite Sainte Sophie (3) (29/05/2007)	p 102
Planche 64 : Entrée de la tente Ismek à la Fête de la tulipe, place de Taksim (7/04/2007)	p 104
Planche 65 : A l'intérieur de la tente Ismek (1) (7/04/2007)	p 104
Planche 66 : A l'intérieur de la tente Ismek (2) (7/04/2007)	p 104
Planche 67 : A l'intérieur de la tente Ismek : bijoux(7/04/2007)	p 104
Planche 68 : A l'intérieur de la tente Ismek : boîtes à bijoux (7/04/2007)	p 104
Planche 69 : A l'intérieur de la tente Ismek : cadres de poupées (7/04/2007)	p 104
Planche 70 : A l'intérieur de la tente Ismek : peintures de tulipe (7/04/2007)	p 104
Planche 71 : Entrée de l'exposition Ismek à l'intérieur de la station de métro Taksim (06/2007)	p 105
Planche 72 : A l'intérieur de l'exposition (06/2007)	p 105
Planche 73: A l'intérieur de l'exposition : une femme se fait photographier devant l'ouvrage qu'elle a réalisé (06/2007)	p 105
Planche 74 : A l'intérieur de l'exposition : broderie (1) (06/2007)	p 105
Planche 75 : A l'intérieur de l'exposition : broderie (2) (06/2007)	p 105
Planche 76 : A l'intérieur de l'exposition : broderie (3) (06/2007)	p 105
Planche 77 : A l'intérieur de l'exposition : broderie (5) (06/2007)	p 105
Planche 78 : A l'intérieur de l'exposition : broderie (4) (06/2007)	p 105
Planche 79 : Erdoğan, précédent maire d'Istanbul et actuel Premier ministre, en photo entouré de femmes d'Ismek (<i>Istanbul bülteni</i> , 2006)	p 110
Planche 80 : Parterre fleuri de tulipes pendant la Fête de la tulipe (14/04/2007)	p 115
Planche 81 : Vitrine de la boutique du palais de Topkapı (31/05/2007)	p 115
Planche 82 : Objet vendu dans la boutique du palais de Topkapı (31/05/2007)	p 115
Planche 83 : Cadres vendus dans la boutique du palais de Topkapı (31/05/2007)	p 115
Planche 84 : Article paru le 29 avril 2007 dans <i>Pazar</i> et intitulé <i>Les tulipes de Hollande s'ouvrent au tourisme</i>	p 116
Planche 85 : Article paru le 27 avril 2007 dans <i>Cumhuriyet</i> et intitulé « Les villes se parent de tulipes »	p 116
Planche 86 : Sommaire du guide <i>Where to go to Istanbul</i>	p 120
Planche 87 : Derviches et tulipes sur les panneaux d'exposition lors de la Fête de la tulipe (07/04/2007)	p 122
Planche 88 : Derviches et tulipes sur les objets vendus à la boutique du palais de Topkapı (31/05/2007)	p 122
Planche 89 : Derviches et tulipes sur des dessins d'enfants exposés dans le hall du centre culturel (6/04/2007)	p 122

Planche 90 : Exposition « Ismael Acar, Tulip » au palais de Topkapı (2) (31/05/2007)	p 124
Planche 91 : Exposition « Ismael Acar, Tulip » au palais de Topkapı (1) (31/05/2007)	p 124
Planche 92 : Exposition « Ismael Acar, Tulip » au palais de Topkapı (3) (31/05/2007)	p 124
Planche 93 : Exposition « Ismael Acar, Tulip » au palais de Topkapı (4) (31/05/2007)	p 124
Planche 94 : Scène de musique à la Fête de la tulipe (7/04/2007)	p 125
Planche 95 : Image en trois dimensions à la Fête de la tulipe (7/04/2007)	p 125
Planche 96 : Une des trois faces de la tulipe : une mosquée (7/04/2007)	p 125
Planche 97 : Une des trois faces de la tulipe : une église orthodoxe (7/04/2007)	p 125
Planche 98 : Une des trois faces de la tulipe : une église catholique (7/04/2007)	p 125
Planche 99 : Un sultan voguant sur une tulipe (7/04/2007)	p 125
Planche 100 : Charrette labellisée d'un vendeur de <i>simit</i> (petit pain rond au sésame) devant le pont de Galata (04/04/2007)	p 127
Planche 100 : Maison en bois dans le quartier de Süleymaniye (30/05/2007)	p 132
Planche 101 : Maison en bois dans le quartier de Sultanahmet (12/04/2007)	p 132
Planche 102 : Maison en bois dans le quartier de Sultanahmet (12/04/2007)	p 132
Planche 103 : La construction d'une maison « ottomane » dans le quartier de la gare (Eminönü, 10/05/2007)	p 133
Planche 104 : Un <i>han</i> dans le quartier du grand bazar utilisé pour le commerce de gros (04/06/2007)	p 133
Planche 105 : Maison en bois dans le quartier de Sulukule (14/04/2007)	p 137
Planche 106 : Fontaine dans le quartier de Sulukule (14/04/2007)	p 137
Planche 107 : Affiche réalisée par l'association de défense des habitants de Sulukule : « <i>Moi je suis né à Sulukule, mon père est né à Sulukule, mon grand-père est né à Sulukule...</i> » (14/04/2007)	p 138
Planche 108 : Journée d'action dans les locaux de l'association de défense des habitants de Sulukule (14/04/2007)	p 138
Planche 109 : Accrochage du drapeau turc pendant le concert réunissant des habitants de Sulukule pour signifier leur appartenance à la nation turque (14/04/2007)	p 138

Table des matières

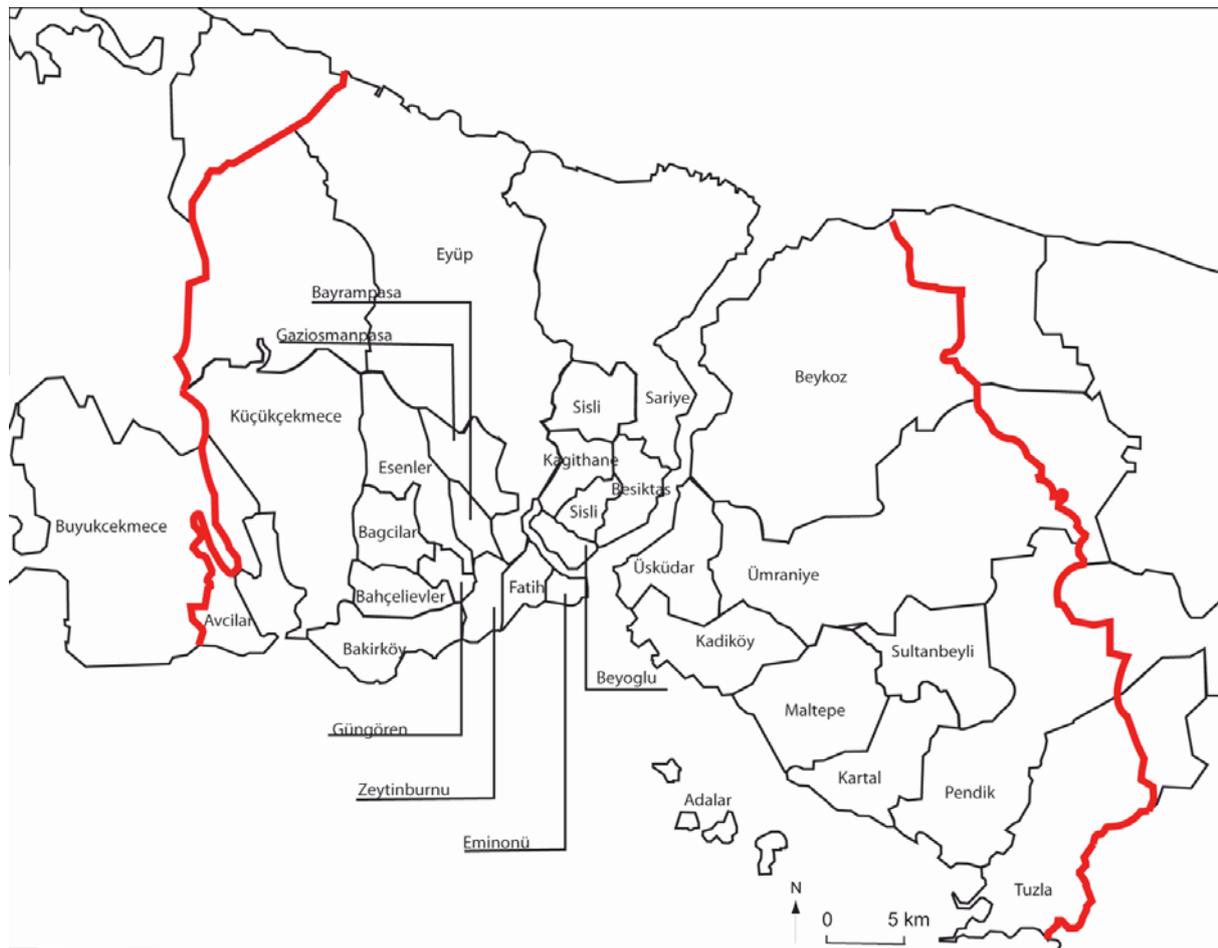
Sommaire	2
Table de prononciation	3
Introduction	4
<i>Problématique</i>	4
<i>Terminologie</i>	8
<i>Sources</i>	11
<i>Cheminement de recherche</i>	12
Première partie :	
L'ACTION DE LA MUNICIPALITE DU GRAND ISTANBUL DANS LE CHAMP CULTUREL : PEUT-ON PARLER D'UNE « POLITIQUE CULTURELLE » ?	14
<u>I.1. Aspects de la scène culturelle stambouliote</u>	15
I.1.1 Le poids des fondations et des acteurs privés dans les événements culturels internationaux	15
I.1.2. Les malentendus autour de la notion de « politique culturelle »	18
<u>I.2. Eléments de caractérisation de l'offre culturelle municipale</u>	21
I.2.1 Des services municipaux éclatés et dominés par Kültür A.Ş.....	21
I.2.1.1. Trois services relativement marginaux	21
I.2.1.2. Kültür A.Ş., ou la délégation de la gestion du secteur culturel municipal à une société d'économie mixte.....	23
I.2.2. Les objectifs d'un programme qui vise un public local et national.....	24
I.2.3. Les lieux et les activités : un investissement inégal	25
I.2.3.1. Les vieilles institutions kémalistes délaissées par la municipalité	25
I.2.3.2. Les lieux qui font l'objet d'un investissement municipal fort.....	28
<u>I.3. Entre hétérogénéité et cohérence : pourquoi parler de « politique culturelle municipale »</u>	37
I.3.1 Une conception nationale et essentialiste de la culture.....	38
I.3.1.1. La culture assimilée aux traditions	38
I.3.1.2. La culture comme outil d'identification à la communauté nationale	40
I.3.2 Eclairage historique	42
I.3.2.1 Une construction nationale encore jeune	42
I.3.2.2. Les années 1980.....	44

Deuxième partie :	
LA POLITIQUE CULTURELLE MUNICIPALE, UN TRAVAIL SUR L'IDENTITE ET L'IMAGINAIRE OTTOMANS DE LA VILLE	45
<u>II.1. Un contexte marqué par un enjeu identitaire et politique</u>	49
II.1.1. L'identité stambouliote, un enjeu pour les responsables municipaux	49
II.1.1.1 Le contexte démographique et la stigmatisation des « nouveaux venus ».....	50
II.1.1.2. Le défi de l'intégration.....	52
II.1.2. L'enjeu politique de la mise en avant de l'héritage ottoman	53
II.1.2.1. Le rejet de l'Empire ottoman par l'historiographie républicaine kémaliste ...	53
II.1.2.2. Une réintégration progressive de l'Empire ottoman dans l'histoire nationale à partir des années quatre-vingt.....	55
II.1.2.3. Le discours de l'AKP sur l'Empire ottoman	58
<u>II.2. Placer le passé ottoman au cœur des représentations de la ville</u>	62
II.2.1. Ponctuer le territoire urbain de références et de symboles	69
II.2.1.1. Des marquages ponctuels qui jouissent d'une très grande visibilité dans la ville.....	69
II.2.1.2. Le décor urbain, un ancrage constant mais discret de signes.....	72
II.2.2. Faire découvrir le patrimoine architectural de la péninsule historique	73
II.2.2.1. Un patrimoine mal connu des Stambouliotes ?	73
II.2.2.2. Les visites guidées	75
II.2.2.3 Se repérer dans la ville	78
II.2.3. Refaire de la péninsule historique un centre	79
II.2.3.1. La péninsule historique dans l'ombre du quartier « européen » depuis près de deux siècles.....	80
II.2.3.2. La péninsule historique au centre des distractions	81
II.2.3.2.1. La notion de centre.....	82
II.2.3.2.2. Stamboul.....	82
<u>II.3. Recréer des « traditions », diffuser des mythes</u>	85
II.3.1 Une histoire réinventée	85
II.3.1.1. Célébration et glorification du passé, inventions de traditions	85
II.3.1.2. L'assimilation entre la gloire de l'Empire ottoman et celle de la nation turque.....	90
III.3.2. La diffusion de mythes, la diffusion de valeurs	95

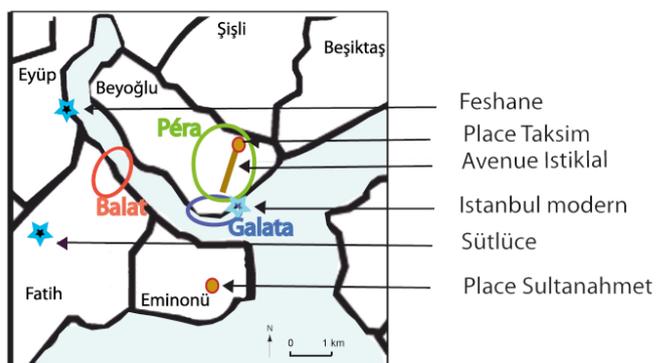
Troisième partie :	
ENTRE CONCEPTION RESTREINTE DE LA CULTURE ET OUVERTURE AU MONDE GLOBALISE.....	98
<u>III.1. La résolution postmoderne de l’antagonisme entre tradition et modernité</u>	100
III.1.1. La société mixte Ismek.....	100
III.1.1.1. Présentation.....	100
3.1.1.2 Le primat donné aux cours d’artisanat traditionnel à destination des femmes	103
III.1.2. Ismek et le postmodernisme	106
III.1.2.1. Une vision alarmiste des conséquences de la modernité sur les individus..	106
III.1.2.2. La tradition comme recours pour réassurer les individus.....	108
III.1.3. Les voies contournées de la modernité.....	110
III.1.3.1. La visibilité médiatique des femmes d’Ismek : satisfaction à une demande sociale ?	110
III.1.3.2. Donner l’image d’une société stambouliote homogène pour occulter la réalité ?.....	111
<u>III. 2. Mise en marque et mise en tourisme : les outils promotionnels en adéquation avec une conception figée de la culture</u>	112
III.2.1 Mise en marque et neutralisation des signes.....	112
III.2.1.1. La tulipe : un nouveau logo, une marque pour la ville.....	114
III.2.1.2. Les slogans : « Istanbul, pont entre les continents »	117
3.2.1.1.1 La prédisposition d’Istanbul au rayonnement international.....	119
3.2.1.1.2. Une prédisposition au multiculturalisme confortée par une grande tradition de tolérance.....	119
III.2.1.3 Le marketing urbain, une manière de « désidéologiser » les signes	122
III.2.2 Muséification et conception du patrimoine figée et mystificatrice.....	126
III.2.2.1. Une « ville musée » : la rénovation des quartiers historiques de la péninsule	126
III.2.2.2. Le périmètre historique : une conception élargie du patrimoine urbain.....	128
III.2.2.3. L’industrie patrimoniale	130
III.2.2.3.1. Le primat donné à la mise en tourisme	131
III.2.2.3.2. Mise en tourisme et artificialisation de la ville ancienne.....	133
III.2.2.4. Le patrimoine mystificateur.....	135
III.2.2.4.1. Le « style ottoman ».....	135
III.2.2.3.2. Construire des « quartiers ottomans » au mépris de la réalité historique	137
Conclusion	140
Bibliographie	143
Table des figures	148
Table des planches	149
Table des matières	153
Annexe :	156

Annexe :

Cartes de localisation de toponymes et noms de lieux cités dans le mémoire



Les municipalités d'arrondissement d'Istanbul



Noms de lieux cités

Reflète tout autant des liens problématiques avec l'héritage kémaliste et des tensions autour de l'attitude de l'Etat face à la religion que des rapports ambigus avec l'Occident et l'ouverture à la mondialisation, la politique culturelle de la municipalité du Grand Istanbul se trouve au cœur des enjeux identitaires et politiques de la Turquie contemporaine. En s'appuyant principalement sur l'analyse de trois événements festifs (la commémoration de la conquête d'Istanbul par les Ottomans, la Fête de la tulipe, les festivités du ramadan) ainsi que des visites urbaines, le travail présenté ici tente de mettre au jour la manière dont la municipalité s'y prend pour forger et diffuser dans l'espace physique et mental une identité ottomane à la ville et ainsi orienter la perception de l'espace vécu. L'approche géographique retenue part donc d'une réflexion sur l'espace en termes de représentation mais aussi de pouvoir : conçu comme un média à part entière, l'espace constitue un enjeu politique pour la municipalité car il est un vecteur d'identité collective propice à la légitimation du pouvoir politique. Dans un second moment, la question est posée de l'articulation entre une conception ethno-centrée et essentialiste de la culture associée à des valeurs conservatrices avec l'entreprise sans cesse réaffirmée d'élever Istanbul au rang de « ville internationale » tournée et ouverte vers la mondialisation. Sans en rester au constat d'une contradiction entre deux discours, le travail tente de découvrir les stratégies intellectuelles et techniques mis en place qui assure la cohérence, insistant sur l'utilisation de concepts (le post-modernisme) ou d'outils (le « marketing urbain », la mise en tourisme) caméléons.

Mots-clés :

Municipalité du Grand Istanbul, politique culturelle, Empire ottoman, identité urbaine, représentations, géographie du pouvoir, mondialisation

Reflecting on the problematic links with the Kemalist ideology and the tensions around the State's attitude towards religion, as well as the ambiguous relations with the West and globalization, the political culture of the municipality of Istanbul is strongly connected with political and identity issues of contemporary Turkey. By analyzing the three municipal cultural events (Tulips' Festival, Commemoration of the conquest of Constantinople, and the Ramadan's festivities), as well as the urban visits, one can see how the municipality tries to spread an Ottoman identity by both physical and mental means within the city upon its inhabitants. This approach not only draws on a reflection of space in terms of geographical representation, but also in terms of power: conceived as media, the space forms a political struggle for the municipality because it promotes collective identity which thus legitimizes the political power. Moreover, questions are raised about the links between the ethno-centric and essentialist conception of culture associated by the conservative values, and the corporate community's desire to make Istanbul an "international city" embracing globalization. Without being fixated on the contradiction between the two discourses, the real goal is to try to discover the intellectual and technical strategies being implemented that assures rationality, which insists on utilizing post-modern concepts and urban marketing/tourism development tools.

Keywords :

Istanbul Metropolitan Municipality, cultural policy, Ottoman Empire, urban identity, representations, political power and geography, globalisation