

Paysage, identité régionale: les représentations télévisuelles des territoires dans l'arc méditerranéen

Sophie Clairet

Citer ce document / Cite this document :

Clairt Sophie. Paysage, identité régionale: les représentations télévisuelles des territoires dans l'arc méditerranéen. In: L'information géographique, volume 66, n°4, 2002. pp. 362-368;

http://www.persee.fr/doc/ingeo_0020-0093_2002_num_66_4_2835

Document généré le 14/06/2016

Paysage, identité régionale : les représentations télévisuelles des territoires dans l'arc méditerranéen

Sophie Clairet *
Groupe Strataegis

En 1996 alors que la montée des revendications identitaires venaient de conduire à la guerre en Yougoslavie et que dans les États européens les identités régionales se réveillaient, il était important d'analyser le lien entre territoire et identité régionale, puisque le territoire est la toile de fond sur laquelle les autres identités se sont accrochées. Le renouveau de la géographie culturelle, le grand nombre de colloques intégrant l'identité, le territoire et les représentations composent d'ailleurs des indicateurs de l'intérêt scientifique de ces questions. Le paysage, cette *portion d'espace que l'on voit* est, par cette visibilité première, un objet géographique très favorable à l'étude des représentations. Ces représentations sont susceptibles d'être instrumentalisées et de servir à la promotion des identités régionales.

Le développement des bouquets satellites, l'apparition d'antennes régionales et locales font de la télévision un vecteur de représentations et d'idéologies prépondérant. Le rapport étroit entre la mise en place du territoire régional et le développement des antennes et télévisions régionales interroge également le géographe.

Choisir de considérer la télévision dans une étude géographique s'inscrit également dans un contexte scientifique émergent en France mais particulièrement développé aux États-Unis où les sociologues prévoient un remplacement du texte par l'image, processus qui modifiera radicalement nos sociétés. Les géographes étudient déjà les images, les cartes, les peintures. Mais en sélectionnant des productions télévisées, composées d'images en mouvements, de commentaires, de musiques, nous avons investi un champ nouveau en géographie, pour lequel il n'existait pas de méthodes d'analyses. C'est pourquoi cette thèse ne représente qu'une étape et qu'il faudra poursuivre les perspectives qu'elle ouvre.

Au sein des productions télévisées, les magazines télévisés régionaux ont été sélectionnés pour leur intérêt géographique. En premier lieu les magazines télévisés régionaux sont produits en grande quantité, ce qui permet de réunir un échantillon suffisamment large pour éviter de réduire l'interprétation – risque que l'on court en s'attachant à une ou deux productions. De plus, à la différence des fictions qui font déjà l'objet d'études, le magazine télévisé régional

* *Paysage, identité régionale : les représentations télévisuelles des territoires dans l'arc méditerranéen*, thèse de doctorat, sous la direction de Roland Courtot, Aix-en-Provence, Université de Provence, 2000, 325 p., 35 figures, 20 tableaux.

tourné en extérieur est fondé sur un contrat de vérité et de réalité. Cette émission parcourt le territoire régional, en montre les paysages, décrit et explique ce qui est montré. Cette production est donc utilisable pour servir une analyse géographique qui croise des interrogations sur le territoire, le paysage et l'identité régionale. Ces questions impliquent d'autres perspectives dans lesquelles cette thèse ne s'est pas engagée : à l'amont, comment les journalistes sélectionnent les lieux qui sont montrés et, à l'aval, quels sont les impacts auprès des téléspectateurs ? L'étape intermédiaire, celle du contenu des magazines est ici privilégiée, et d'autres recherches et d'autres disciplines pourront enrichir l'approche.

Enfin, le choix des régions méditerranéennes de l'Europe s'explique par leur situation de contact entre l'Europe et l'Afrique, condition favorable à la cristallisation des identités. Ces territoires sont regroupés au sein d'une supra-région – l'arc méditerranéen – pour laquelle la quasi totalité des études porte sur des données socio-économiques et non sur les processus de territorialisation.

Partant de ces constats, la problématique de la thèse dépasse l'approche générale du territoire et de ses fondements : il ne s'agit pas seulement de lire les processus de construction territoriale à travers la liaison entre paysage et identité régionale. Cette recherche essaie d'établir les bases d'une méthode d'analyse pour un nouveau type de source en géographie et demande par là même de ne pas reproduire *a priori* les subdivisions de la discipline (géographie rurale, urbaine, etc.).

MATÉRIELS ET MÉTHODES

Choisir une source inhabituelle en géographie pose à la fois des difficultés d'accès et des questions d'ordre méthodologique. L'étude des régions de l'arc

méditerranéen a porté sur six régions pour lesquelles les sources étaient accessibles : l'Andalousie avec le magazine *Las Andalucías* (les Andalousies), la Catalogne avec *Tarasca* (la Tarasque, animal fabuleux symbole des fêtes catalanes), Languedoc-Roussillon (avec *Vent-Sud*), Provence-Alpes-Côte d'Azur avec *Midi-Méditerranée*, la Corse (avec *Da Qui* qui signifie « d'ici ») et la Sicile avec *Mediterraneo* – magazine à l'origine régional et désormais issu d'une coproduction entre la Rai 3 de Sicile, France 3 Méditerranée et Canal 9 de Valence.

Des missions ont permis de recueillir la liste des titres et des lieux de tournage de 1184 émissions. Il était difficile de visionner l'ensemble de ces productions. L'exhaustivité quantitative étant exclue, les visionnages ont privilégié la variété des espaces : des montagnes, des vallées, des littoraux, la capitale régionale, si possible le premier numéro qui présentait la visée du magazine. Ce travail s'est accompagné d'entretiens auprès des journalistes afin de ne pas accorder trop d'importance aux exceptions. Lors de ces missions, les journalistes ont pu exprimer leur motivation (très souvent similaire et contredite par les résultats de cette recherche) : ils souhaitent dans les magazines parcourir l'ensemble de la région dans un souci d'égalité. Le corpus de sources a été soumis à trois principales hypothèses qui composent les trois parties de la thèse.

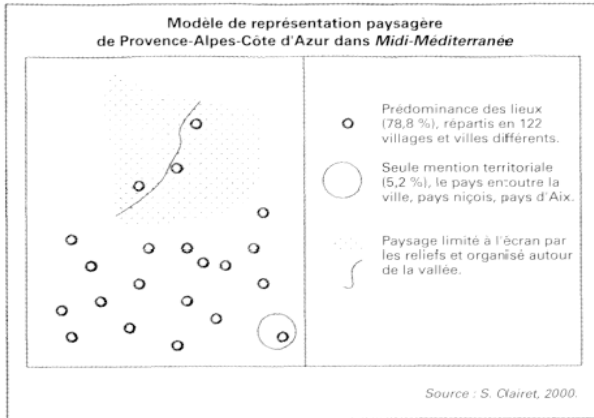
HYPOTHÈSES ET DÉMARCHES

La première hypothèse considère les représentations de paysages comme miroir de l'identité régionale. Elle conduit à s'interroger sur les ancrages paysagers retenus, un travail réalisé à deux niveaux d'analyse : une approche quantitative à partir des titres (afin de rendre possibles les comparaisons entre régions) associée à une approche qualitative fondée sur les visionnages (afin de tenir

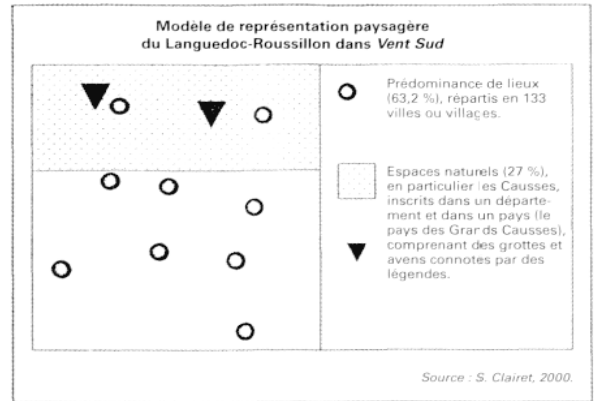
Fig. 1 : Des modèles de représentation variés

I. Les modèles d'«assemblage»

A. Provence-Alpes-Côte d'Azur dans *Midi-Méditerranée*



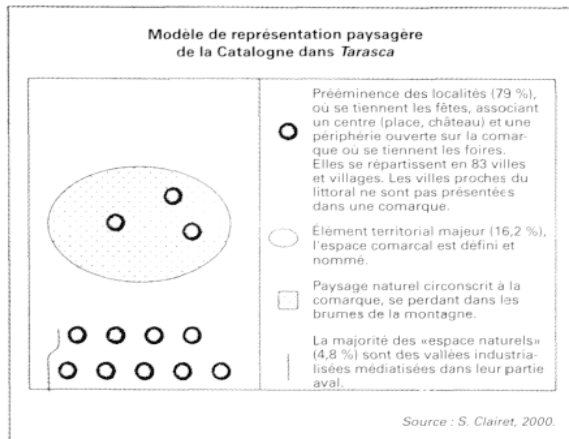
B. Languedoc-Roussillon dans *Vent-Sud*



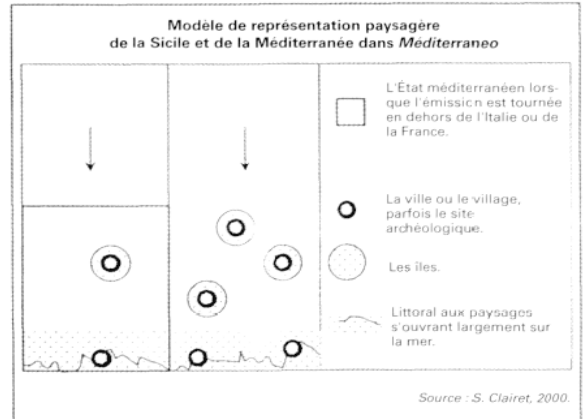
II. Les modèles territoriaux

A. Les modèles territoriaux mixtes

a. La Catalogne de *Tarasca*

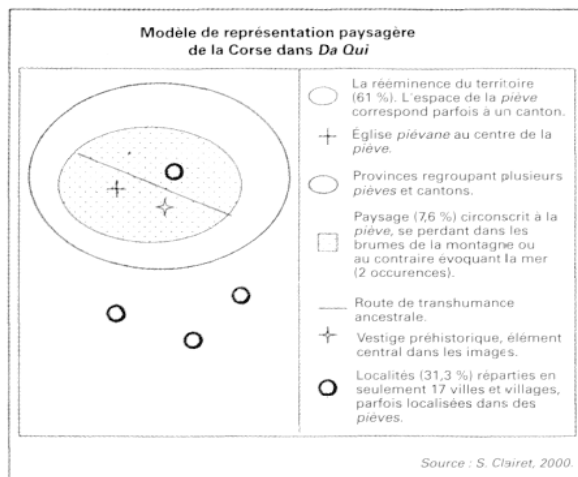


b. La Sicile et la Méditerranée de *Mediterraneo*



B. Les modèles territoriaux simples

a. Le modèle micro-territorial : la Corse de *Da-Qui*



b. Le modèle macro-territorial : l'Andalousie de *Las Andalucias*

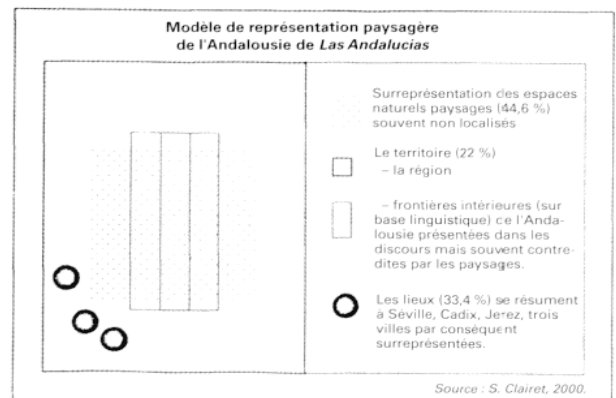
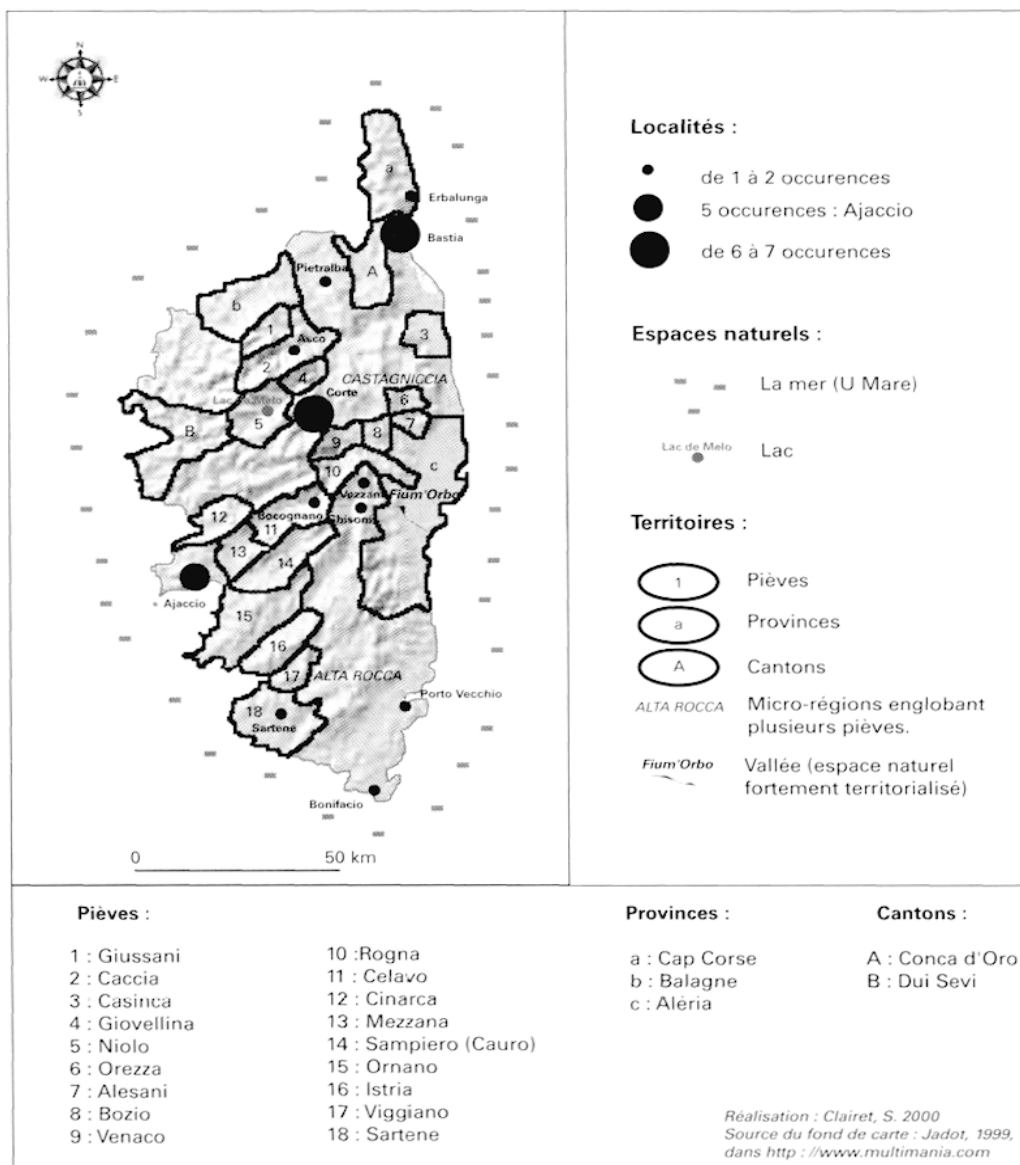


Fig. 2 : Paysages de Corse médiatisés dans *Da Qui*

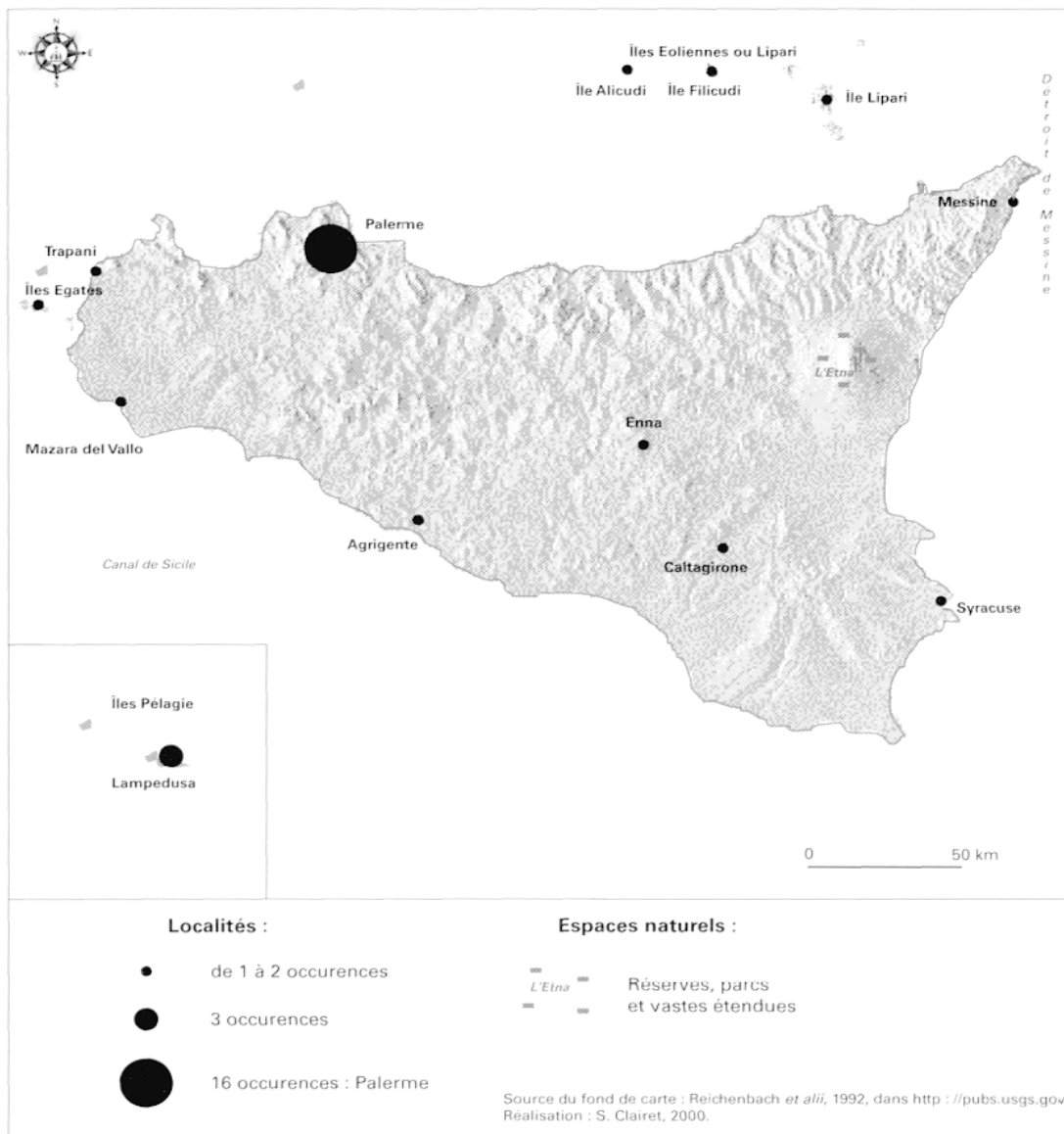


compte de la construction des images de paysages).

La comparaison entre les paysages présentés dans les diverses émissions se fonde sur une grille de lecture établie à partir des listes de titres dans la mesure où le visionnage de l'intégralité des productions était impossible. Ces titres présentent le lieu de tournage et souvent des thématiques retenues. À partir de ces listes trois principaux types de paysages ont été dressés : les localités, les territoires et les espaces naturels. Le premier type, celui des localités rassemble les mentions de référents spatiaux précis et

limités, sans indication d'appartenance, comme les noms de villes ou de villages, les lieux-dits et les sites. La deuxième catégorie, celle des territoires regroupe les mentions qui portent la marque d'une appartenance comme la piève en Corse, la *comarca* en Catalogne, le *pays*, *notre région*, *notre frontière*, ou encore le nom d'un État. Ce type de paysage s'inscrit à diverses échelles. Enfin, le troisième type recueille ces paysages où la marque de l'homme est estompée, les vallées, les parcs naturels, les reliefs. Une typologie volontairement large a été retenue, elle est affinée au cours de l'analyse.

Fig. 3 : Paysages de Sicile médiatisés dans *Mediterraneo*



À partir des émissions visionnées, quelques études de cas ont été réalisées. Le logiciel Vidéoscribe qui permet d'effectuer des captures d'écran a permis de décomposer le document audiovisuel, de comprendre comment se combinent l'image et le commentaire. Malgré tout l'intérêt que représente cet outil pour l'analyse géographique, livrer chacune des 1184 diffusions à un tel traitement n'était pas réalisable. C'est pourquoi les résultats obtenus par son utilisation ne recueillent pas une importance centrale.

Ces deux niveaux d'analyse concluent à une organisation très différenciée des

éléments paysagers, ce que montre la fig. 1. Si les paysages localisés sont généralement majoritaires, les situations régionales sont variées. Ces paysages portent la marque de temporalités très diverses: Préhistoire en Corse, Moyen Âge en Catalogne, ce qui renforce les différences observées dans les types de paysages.

Cette typologie permet d'envisager l'hypothèse suivante : les images façonnent un nouveau territoire régional. La deuxième partie *Vers un nouveau territoire* vise à rechercher la structure des régions à la télévision en particulier en recherchant comment sont médiatisées

les villes capitales, les localités secondaires et les activités. La méthode utilisée tient là encore essentiellement compte des titres des émissions comme indicateur des localisations. Elle permet de proposer une relecture des relations entre différents types de paysages tant il apparaît que des lieux topographiquement éloignés sont rapprochés dans des trajectoires de sens.

À partir des typologies réalisées en première partie (espaces naturels, lieux, territoires) et des listes de localisations, ont été réalisées des cartes présentant la nature et la répartition des paysages médiatisés qui composent le territoire de l'identité régionale. Les figures 2 et 3 présentent le résultat de ce traitement pour la Corse et la Sicile.

En conclusion de cette partie nous voyons que « les régions à la télévision » sont des espaces régionaux tronqués qui dépendent du type d'ancrage identitaire. Si l'on considère deux îles montagneuses, nous voyons que les choix successifs conduisent à ouvrir (dans le cas de la Sicile) ou au contraire ramasser (dans celui de la Corse) le territoire régional. En conclusion émerge également l'idée que le territoire est un empilement de strates et que la nouveauté réside davantage dans l'agencement de ces couches successives que dans la création de nouveaux espaces.

Les deux premières hypothèses conduisent à une conception très statique de l'objet d'étude alors qu'un objet spatial se définit également dans sa relation à l'autre. Cette troisième hypothèse explore une voie différente et nécessite le recours à deux méthodes complémentaires. En premier lieu les titres des magazines télévisés régionaux sont l'indice de l'intérêt pour certaines régions de tourner dans une région voisine ou de montrer les étrangers ici. Ces listes de titres permettent de mesurer comment s'effectue la présentation de

l'autre, et de mettre en évidence les variations à l'intérieur de l'arc méditerranéen. Les magazines andalous, catalan et corse révèlent une fermeture aux autres régions ou aux étrangers. En revanche *Midi-Méditerranée* et *Mediterraneo* marquent la prise en compte de l'Autre dans la définition des identités en Provence-Alpes-Côte d'Azur et en Sicile.

Le recours aux listes de magazines télévisés ne permet pas en revanche de saisir le contexte qui entoure les choix des chaînes télévisées. Afin de pallier ce manque, différents textes tenant à la politique euro-méditerranéenne ou aux partenariats méditerranéen en matière d'audiovisuel ont été pris en compte, ce qui permet de concevoir le cadre des réseaux qui se tissent entre les régions. Par ce changement d'échelle nous inscrivons notre recherche dans un contexte plus large, celui de régions qui composent une frontière de l'Europe des plus sensibles.

En croisant les résultats de l'analyse des magazines télévisés régionaux et la participation des différentes télévisions régionales aux réseaux qui se tissent en Méditerranée, cette dernière partie nous permet de proposer une organisation des différentes situations rencontrées, entre régionalisme traditionnel et néo-régionalisme – ce dernier étant le fait de régions intégrées à des réseaux à différentes échelles.

La primauté territoriale associée à une faible ouverture à l'Autre témoigne en Andalousie et en Corse d'un régionalisme traditionnel. La primauté des lieux et un début d'ouverture à l'Autre montre en Languedoc-Roussillon un début de développement néo-régionaliste, plus affirmé en Provence-Alpes-Côte d'Azur et en Sicile. Enfin, la primauté territoriale associée à une maîtrise des réseaux marque le néo-régionalisme catalan.

CONCLUSIONS ET PISTES À ENVISAGER

Les typologies régulièrement présentées permettent d'enrichir le savoir géographique sur l'arc méditerranéen. Régions riches et régions pauvres sont susceptibles de se retrouver dans les mêmes positions d'ouverture identitaire comme la Sicile et Provence-Alpes-Côte d'Azur. Ces conclusions montrent l'intérêt d'élargir les critères qui président aux découpages européens.

Cette étude présente des limites. La sélection du magazine télévisé régional isole un type particulier de production, qui ne montre pas la totalité de la région. Les banlieues, les usines apparaissent dans les journaux télévisés et non dans les magazines et il faudra confronter les deux types d'émissions.

Les méthodes utilisées offrent l'intérêt de mener la comparaison tout au long de la thèse. En revanche, ni l'étude des titres, ni les études de cas, ni l'étude des textes en troisième partie ne sont suffisantes prises séparément. La deuxième partie porte plus que les deux autres, les limites de ces méthodes qui ne permettent pas véritablement d'élucider le rapport entre médiatisation et poids démographique des villes, importance des activités agricoles ou industrielles.

En revanche ces méthodes ouvrent des perspectives de recherche à toutes les échelles, et il est important de poursuivre dans diverses voies. Il sera très enrichissant de porter l'analyse vers les régions celtiques, où la toute jeune télévision TV Breizh a commencé à émettre. Le rapport des régions à la mer sera un élément de réflexion. D'autres échelles, celle de la ville comme celle des États, demandent également à être investies.

Diverses échelles mais encore toutes les spécialités géographiques sont concernées par ce type d'analyse, de la géographie physique à la géopolitique.