



Agència culturala departamental de
Dordonha-Perigòrd



PARATGE **PRO**

BORDELHA | 30 e 31 de mai 2013

LENGAS REGIONALAS : FACTOR D'ESPANDIMENT TORISTIC ?

SINTESA

DE LAS INTERVENCIONS E DE LAS CONTRIBUCIONS

Jos la direccion de Joan-Ives AGARD
BEM KEDGE Business school



Intervencion 1

Joan-Ives AGARD

Socio-antropòlogue, Chadièra ACME : Arts, cultura e manajement en Euròpa

Lengas regionalas e desvolopament dau territòri ?

Traduccion : Joan-Loís Leveque - Novelum (IEO 24)

Pòden las identitats lingüisticas, mercés lors marcadors e lors elements de diferenciacion, contribuir a l'atractivitat daus territòris e/o a la coèision sociala ?

Lo debat sus las lengas regionalas coma factor de desvolopament daus territòris mobiliza las nocions emergentas, mai sovent polemicas, d'identitat dau territòri, de la diversitat e de la cultura. Dins quela dralha e per tractar serenament la question, es primordial de se desfar de tot afecte e de gardar quauqua distància emb l'actualitat politica (*abséncia de ratificacion de la charta de las lengas regionalas*) e antropologica (*dispareguda de venir daus darniers locutors dichs "naturaus" d'unas lengas minoritàrias*).

Mentre que se pòt admetre, darençai, que la lenga favoriza la coèision sociala per lo biais de las diferentas socializacions, mai que mai per çò que tòca l'identificacion, l'adesion e l'implicacion daus actors au mitan de comunautats e sus un territòri (LAMBERT. *et al*, 1960 – FRANCARD *et al*. 1993-94), eissaiarem d'examinar si la revendicacion positiva lingüistica e la mobilizacion de la lenga dins totas sas dimensions (simbolica, iconografica, comunicacionala, culturala, comerciala,...) favoriza la diferenciacion e augmenta l'atractivitat daus territòris de vocacion creativa taus que son definits per HAGOORT *et al.*, (2008) e HAGOORT (2009).

Nòstra analisi portará sus un terren d'estudi especific, Perigòrd.

Dins daus territòris de fòrta referéncia identitària (*de comparar emb Perigòrd*), coma Catalonha, País Basque, Bretanha, se vei un liam plan fòrt entre tres factors :

- una practica enautada de la lenga

* **De se recordar**
En veire daus exemples de regions conegudas e reconegudas per e mercés lor caractari identitari marcat, es essenciau de menar las lengas minoritàrias regionalas au còr de las perspectives de desvolopament toristic. Per aquò, se deurá mobilizar d'unas nocions, mai que mai las de territòri, d'identitat, mas tanben los conceptes d'autenticitat e de tradicion. En fin, se deurá adoptar una menada pòst-moderna dins lo desvolopament d'ofertas toristicas per amor de favorizar la coèision sociala en interne e l'experiéncia autentica en externe.

- una fiertat d'apartenéncia
- de las politicas culturalas e comunicacionalas que mobilizan la lenga minoritària.

Alaidonc, fai bon se damandar si, per Perigòrd, sem en capacitat de far entau un constat ? Si la lenga regionala i es parierament presada e emplejada per las partidas prentas localas (institucions, actors culturaus, creators, actors economicos) coma ressorças estrategicas, tanplan coma lo recomanda la definicion dau concepte de « destinacion creativa » ? Entau, se conformar a quela definicion voudriá dire que totas las partidas prentas fonccionessen en malhums solides e sens ierarchia, mai que trabalhessen en emulacion e non pas en competicion (mesa en practica de la nocion de PARATGE).

Dich autrament, s'agirá d'examinar coma las identitats lingüísticas i pòden obrar per jostener lo sociau mai l'economia. En precisar mai, si se pòt qualifiar Perigòrd de « *creative destination* » au sense de RICHARDS (2001), valent a dire una zòna « *que la creativitat i emerget en tant que dispausitiu de pausicionament adicionau per la cultura* » (PRENTICE, ANDERSEN, 2003).

Las lengas minoritàrias regionalas coma ressorça estrategica...

Adonc, en entau abordar las lengas regionalas coma avivador dau territòri, las doas jos-questions que se'n dedusen serán las seguentas :

1. Coma marcador principau d'identitat, es factor efficace de diferenciacion dau territòri, la lenga minoritària ?
2. Los corollaris de son usatge e de sa mobilizacion (valent a dire lo recors a l'autenticitat, a la tradicion e au sentiment d'apartenéncia) son daus elements d'atractivitat dau territòri per lo defòra (los toristas) e de coèision sociala per lo dedins (lo monde de l'endrech) ?

Mas de'n prumier, nos devem evacuar de las polemicas que esclerosan la cujada e que resoudrem pas aquí. Las mencionarem, per memòria, jos la fòrma de questions :

1. Tornar avivar una lenga portairitz d'identitat s'inscriu nonmàs dins lo debat entre identitat nacionala *versus* identitat regionala, emai particularisme *versus* universalisme ?
2. Es un dilema irredusible entre la "*res publica*" dau contrat sociau moderne eissit dau segle XIX *versus* l'etnicisme, emai lo replei identitari ?

3. D'un biais mai antropologic, desvelham las antianas deleteras coma lo "reget de l'autre" o l'apologia dau "semblable" ?

A l'encontrari, pòden los liams entre territòri, lenga e identitat tanben èsser abordats, sens *a priori*, coma una interrogacion legitima de la question d'un "Pache societau pòst-moderne" noveu tau que MAFFESOLI (2013) et KRISTEVA (2013) lo suggerissen.

Abaura, es temps d'analisar las nocions qu'entran en juòc dins lo débat, puei nos questionarem sus las influéncias internas e externas de las lengas minoritàrias coma factor de desvolopament toristic.

Quante se parla de las lengas minoritàrias regionalas, mai d'una nocion son de precisar ; de'n prumier, la de territòri :

Es fòrça malaisat de clarifiar la nocion de territòri, que coàbitan un fum de definicions, non pas nonmàs segon l'ancoratge disciplinari (per exemple en geografia economica, en istòria e antropologia), mai tanben en rason de las representacions daus actors, que las apròchas objectivas e fantasmadas s'i opausan mai d'un còp. Entau, quantben de representacions d'una quita denominacion d'un territòri segon l'evolucion istorica ! Qué es, Aquitània dau segle XII, au temps de Richard Còr de Lion, comparada a-d'Aquitània coma region administrativa de la V^a Republica ? Qué es Perigòrd, per lo torista dau segle XXI, en s'avisar de la concepcion dau lingüista especialista de las lengas romanas ?

Un estudi recent dau Conselh Generau de Dordonha (2013) revela que la carta representada de Dordonha-Perigòrd pòt variar de 100 a 200 qm dins totas las direccions de la bossòla, englobar tot plen d'autres territòris, mai delaissar tot o partida de l'entitat administrativa actuala en l'i botar de las zònas e daus sites sens rapòrt directe.

Alaidonc, quala carta chausir ? Quala es la mai pertinenta per una politica dau territòri e per una politica toristica ?

En tot èsser plan conscient que la carta fai pas lo territòri, un seriá temptat de perpausar, d'un biais antropologic, una carta d'un territòri que ofriria lo mai de « coèrècia » possible, en l'i integrar un criteri daus grands, lo de la cultura. D'aquí estant, los criteris istorics e lingüistics serián de prener en compte de tota fòrça (emb tota la complexitat que s'ensec). De mai, seriá indispensable de tener compte tanben de las nocions mai contemporaneas o pòst-modernas de multi-apartenéncia, o d'apartenéncias entrebreschadas que permeten de

De se remembrar

« Un territòri que se ditz pas, exista pus o pas ».

comprener l'identitat en dubertura, non pas en replei sus se, o en barradura sus un grope identitari definit.

Un territòri es tanben una experiéncia etnografica !

Quante un torista arrieba en Bretanha, tot li ditz que se tròba en territòri breton. Parier per lo País Basque. La geografia daus luòcs, l'arquitectura, la senhaletica, las colors, los comercis, los drapelons, las bandieras, los monuments, lo biais de se regropar, de festejar, la publicitat e las ensenhas daus comerciants contan, exprimen, nomman lo territòri.

Fai bric mestier d'èsser un semiològue assabentat per comprendre l'entrada dins un territòri novèu. Las representacions collectivas l'i "pejan" a las perçaubudas. Si deviam tornar far l'experiéncia per Perigòrd, quela-quí seriá fòrça mens probairitz, que mai d'una dimension l'i fan falta. Mai que mai la de la senhaletica. Las marcas e los senhaus siá existan pas, siá son pauc estables, pauc coèrents o "parlan" ni aus visitaires, nimai aus abitants (*cf.* lo logo dau departament).

Çò que me mena a acertar : **Un territòri que se ditz pas, exista pus o pas !**

D'aquí la necessitat de nurir la consciéncia collectiva en perpausar de las marcas que d'una man fuguessen parlairitz, coèrentas culturalament (identitariament), emb per tòca prioritària los actors dau territòri (los autoctònes), per fin que los interiorizessen e que los poguessen mobilizar dins lors vitas de chade jorn (esfera personala e esfera professionala). De segur, quelas marcas deurán èsser tanben signifiairitz per los visitaires.

De l'autra man, l'**identitat** demòra una nocion de definir.

Si l'identitat fuguet sovent emplejada coma sinonime de cultura, AVANZA e LAFERTE nos indican que queu concepte subiguet, a comptar de las annadas 60, de las criticas nombrosas (AVANZA, LAFERTE, 2005). Alaidonc, las apròchas constructivistas¹ e interaccionistas² consideran l'identitat coma un bastit, non pas coma una donada (BERGER, LUCKMAN, 1966, GOFFMAN, 1963). Parierament, las concepcions essencialistas de l'identitat que seguèren³, e que

¹ Constructivisme : teoria sociologica que tend a considerar la realitat sociala coma un procediment en bastison permanenta, e que perpausa daus modeles d'analisas que corresponden a quela perspectiva (ANSART, 1999).

² Interaccionisme : queu corrent de sociologia amassa un ensemble d'apròchas que constituen las interaccions (*accions recipròcas, voluntàrias o involontàrias, d'actors divers implicats dins una situacion o un sisteme que mena a la transformacion de quela situacion o de queu sisteme*) entre actors coma element explicatiu fondamentau de las fòrmas e de las estructures concretas de las situacions e daus sistemes (BERTHELOT, 1999).

³ Mai que mai dins daus contextes politics de revendicacions identitàrias fòrtas (Black Panthers aus USA, per exemple).

consideren l'identitat coma una donada intangibla, de non negociar, fugueren larjament criticadas (BOURDIEU, 1980, THIESSE, 1999, BRUBAKER, 2001).

En precisar mai e de faïçon illustrativa, los moviments regionalistas de las annadas 70, mai que mai en Euròpa, que revendicavan "*una contunha istorica, una cultura mai vertadiera, mai autentica, mai anciana, mai prigonda que la cultura nacionala dominant*"⁴ son tractats d'essencialismes per Bourdieu (1980), puei per THIESSE (1999). Quela renovacion de l'apròpcha essencialista revela de'n primier los liams e de las tensions entre los diferents niveus de l'identitat (collectiva, sociala e individuala). De mai, bòta en lum de las estrategias per los gropes e los individús, que recorren a l'autenticitat per tornar bastir istoricament l'identitat.

Perçaubudas fai gaire coma de las realitats intemporalas, la "*check-list identitària*" (LÖFGREN, 89) compausada d'una lenga, d'una bandiera, d'un folklòre, d'una musica, d'una gastronomia, es darençai considerada coma "desnaturalizada" e lo produch d'un bastit social e d'una istòria onte s'entremeslan luchas de poder, contròtle de frontieras e definicions de gropes sociaux.

De se remembrar : Critica dau terme identitat.

S'agís darençai, coma zo fagueren Avanza e Laferté, de "*comprener coma una nacion, region, tot "inventada" que siá, poguet s'afirmar coma principi de definicion de se per un grope d'individús*".

Per trascimar quelas opausicions sus la nocion d'identitat entre las visadas essencialistas que consideran l'identitat coma preexistanta e fixa, e las apròpchas iper-constructivistas que acertan la bastison de las identitats mai "*l'invençion de la tradicion*", s'agís darençai, coma zo fagueren AVANZA e LAFERTE (2005), de "*comprener coma una nacion, region, tot "inventada" que siá, poguet s'afirmar coma principi de definicion de se per un grope d'individús*"⁵.

Adonc, en tener compte de quelas perturbacions de sense, l'identitat deuriá èsser un terme de gardar per una categoria de la practica (non pas una categoria scientifica) e 3 concepts novèus mens connotats e mens poleemics son entau perpausats per los cerchaires⁶ : **l'identificacion, l'imatge social e lo sentiment d'appartenéncia.**

Lo liam "regions creativas" e territòris d'identitat fòrta

Mentre que la definicion de las "regions creativas", coma z'avem agut joslinhat, fai expressament

⁴ AVANZA M., LAFERTE G., (2005), Dépasser la "construction des identités" ? Identification, image sociale, appartenance, *Genèses* 61, decembre, pp. 135-136

⁵ *Ibid.* p. 139

⁶ *Ibid.* p. 140

referéncias a la necessitat d'una identitat culturala fòrta (HAGOORT, 2009), la question de las identitats lingüisticas e de lor rapòrt emb las industrias creativas (I.C.) faguet l'object mas de pauc d'estudis (PRENTICE, ANDERSEN, 2003 ; NAGY, 2008). Per contrapica, la relacion identitats regionalas / I.C. balhet la man a tot plen d'estudis feconds que la presenta jos mai d'una faceta : la de las politicas culturalas (GOMBAULT, 2009 ; CAVAZZA, 2002), la de la sociologia dau torisme (COUSIN, REAU, 2009), la dau torisme culturau (RICHARD, 2000 ; GOULDING, 2000 ; RICHARD, WILSON, 2007), la de la mercatica toristica (BERGAADÀ, 2008 ; BERGAADÀ, LOREY, 2010), e de segur la de l'estrategia mercatica (DION, RÉMY, SITZ, 2010)⁷.

Doas nocions semblan trascondre sistematicament quelas apròpchas : "l'autenticitat" e la "tradicion". Pasmens, per çò qu'es de l'examen daus liams entre identitat lingüistica, territòri e industrias creativas, quilhs conceptes cruben pas exactament las mesmas accepcions segon los ancoratges. Es per aquò que requesirán leu daus esclarziments definicionaus, sens que lo debat entre disciplinas siá claus definitivament.

Autenticitat : una nocion freula

Segon sos terrens d'aplicacion e d'usatge, lo terme "autenticitat" se pòt définir coma la qualitat de çò qu'es intrinsecament e eminentament vertadier per esséncia, o la qualitat de çò qu'es atestat, certifiat confòrme a l'originau, canonic, quante lo terme es aplicat a las chausas. Quante es aplicat a las personas, vòu dire : que son autoritat, sa realitat, sa vertat son pas de discutir e se pòden pas èsser contestadas. En fin, se pòt tanben associar aus qualificatius de sincere, naturau, non afectat⁸.

Vejam abaura coma las disciplinas concernidas per nòstre estudi an mobilizat lo sense.

De'n tot prumier, lo corrent pòst-moderne influencet fortament l'accepcion dau concepte per los antropològues contemporaneus. Mai que mai quante faguet question d'abordar los temas de l'afebliment daus "*grands racontes ideologics*" (LYOTARD, 1986), de lo dau tornar de las "*valors localas*" (emb lo sentiment d'apartenéncia e la partejada emocionala (WARNIER, 1999 ; MAFFESOLI, 2000, 2013), dau "*neotribalisme*" (emb l'exigéncia tornada afirmar de proximitat), "*daus bricolatges mitologics*" (de la dimension d'un territòri), de la "*babelizacion e de la mondializacion*" (que chasque territòri i secreta son mòde de representacion) (MAFFESOLI, 1988, 2000).

⁷ Que lor trabalh tracta d'un tema fòrça revelaire de nòstras preocupacions d'aura, saber : "lo sentiment regionau coma levador d'accion mercatica".

⁸ Opausat a artificiau, desnaturat, falsifiat, apocrife, faus, dobtós, mau-segur, afectat, irreau.

Alaidonc, los antropològues consideran darençai que l'autenticitat, dins son accepcion estricta expausada çai-dessús, se pòt pas reçaubre aisadament. Mai que mai quante fau examinar lo degrat d'essencialitat de las culturas o daus fachs culturaus dins lor sense large. De vrai, la definicion usuala laissa pensar, de'n prumier, que las culturas fuguessen "puras", clarament desseparadas e fixadas dins lors tradicions. L'istòria montra que i a pas de cultura "autentica" (GRUZINSKI, 1999). Los isolats culturaus son una engana politica que ten pas davant l'analisi. Lo boirament, l'ibridacion, l'apropriacion an totjorn existat. Los antropològues son quitament arribats a crear un neologisme "*aculturacion*"⁹ per fin de remplaçar lo terme fixista de "cultura", en insistar sus l'idèia de procediment en contacte perpetuu subissent de las influéncias multiplas (REDFIELD, LINTON, HERKOVITS, 1936).

Adonc, segon AMSELLE (1990), las culturas serián prumier de las bastisons etnologicas e istoricas, sovent instrumentalizadas per de las tòcas politicas. Se bòta mai en avant en blasmar quela "*raison ethnologica*" que "*extrai, classifica, purifia e despartís las culturas*"; en contrapunt, perpausa una "*raison mestissa*", valent a dire una apròpcha contunhista, en botar l'accent sus l'indistinccion e lo sincretisme originau, un boiradís que sas partidas se pòden pas destriar. LAPLANTINE e NOUS (2001) enconhan lo clau de l'antropològue dins la pòst daus esperits racionalistas e cartesians "*acostumats de desjúnher los éléments*". Entau, quilhs cerchaires consideran que "*lo metissatge desbocha pas sus una fusion indistincta, nimai au sincretisme, mas sus una confrontacion fruchosa*"¹⁰.

En resumit per las sciéncias socialas, si l'adjectiu « autentic », dins son sense contemporaneu comun, miralha un object o un fenomene que correspond a-d'un originau, un reau, HEINICH (1999) explica que l'autenticitat, coma l'identitat, balha resson a-d'una "*bastison de l'estatut de l'object per los actors au sense de la sociologia constructivista*".

Alaidonc, l'autenticitat requesís de las pròvas (pedigrí, genealogia, certificat,...), daus indicis (marcas, patina, estigmatas, simbeus, signes, emblemas, bandiera, labeu,...), daus fachs (« istorics / mitologics », classament, atribucion, apelacion d'origina

⁹ Segon REDFIELD, LINTON e HERKOVITS (1936), l'aculturacion correspond a "*l'ensemble daus fenomenes que son eissits d'un contacte contunhau e directe entre daus gropes d'individús de culturas diferentas e que menan a daus chamjaments dins los modes culturaus inicials de l'un o daus dos gropes*". En antropologia contemporanea, queu concepte es presentat daus uns còps coma sinonime de cultura.

¹⁰ I definissen lo metissatge coma "*una dispausicion dinamica e desestabilizairitz per afrontar, per integrar o per suscitar la diversitat e la richessa culturala. Un anar-e-venir necessari entre lo besonh d'una identitat establada e la cerca d'alteritat*".

territoriala), daus quadres (reliquiaris, sanctuari, museu, institucions, territòri e païsatge de referéncias). Mas tot quel "arsenau" revela nonmàs lo caractari de fragilitat dau concepte e bòta au clar lo fach que es la resulta d'una "*bastison sociala*".

Es per aquò, coma zo joslinha NAGY (2008), que los antropològues, "*eschivan generalament l'usatge de queu qualificatiu a causa, justament, de son ambivaléncia e de sa referéncia permanenta a-d'una dicotomia « vrai » / « faus »*. En conséquéncia, usan d'un vocabulari mai vague, emb daus termes coma « *simbolic* », « *significatiu* », « *pertinent* »".

Per las sciéncias de gestion, la mercatica mobiliza lo concepte per amor d'analizar l'agissença dau consumeire, en mesurar los niveus diferents "*d'autenticitat perçaubuda*" au cors d'eveniments experiénciaus estachats a-d'un contexte e a-d'un object precis (gostada d'un vin A.O.C¹¹. dins un celier, associada a la visita d'una expausicion d'un artista pintre, dins un chasteu patrimoniau, per exemple, o bentot la descuberta per daus toristas estrangiers d'un facsimile d'una cròsa de Perigòrd. Adonc, fau expressament s'avisar que s'agís pus d'autenticitat *stricto sensu*, mas ben "*d'autenticitat perçaubuda*", que jos-entend la nocion de representacion sociala, au sense de la psicologia sociala (FISCHER, 1987 ; MOSCOVICI, 2000).

Alaidonc, coma lo precisa pertinentament HEINICH (1999) quante analisa lo merchat de l'art contemporaneu dins una perspectiva constructivista, l'autenticitat seriá pas "*una qualitat substanciala, appartenent a l'object, mas un efiech de l'espiar portat sus l'object*".

Dins quela accepcion especifica "*d'autenticitat perçaubuda*", COVA V. e COVA B. (2001) aprueiman la nocion a la d'origina, estachada a quatre dimensions principalas :

- 1 – temporalizacion / istòria,
- 2 – espacializacion / territòri,
- 3 – socializacion / tribú e mediator locaux,
- 4 - naturalizacion : materiaus e geste de l'òme.

D'autres autors anirán mai lonh. CAMUS (2002), quante abòrda las estrategias d'autenticacion. Parlará alaidonc de monde arqueologic en referéncia a l'istòria, espaciologic quante las questions de territòri serán en juòc, ritualizat per çò qu'es daus liams coma daus gropes socials restrenchs (tribús), de monde naturau per qualificar los materiaus utilizats, de monde inspirat per las produccions que lor signatura es determinanta, e en fin de monde tecnic quante lo geste de l'òme, lo biais de procedir son retenguts.

¹¹ A.O.C. : apelacion d'origina controtlada.

La "tradicion" : una nocion amarrada a la d'autenticitat

Abordem abaura la nocion de "tradicion". Remarcam de'n prumier qu'apareis regularament e que se tròba intimament liada a las definicions academicas dau terme d'autenticitat. Autenticitat e tradicion semblan tirar de bana, sens questionaments distanciats de la pertinéncia de chasca accepcion, nimai dau liam semantic qu'un lor atribuís. Pertant, lo concepte de tradicion fuguet larjament debatut per l'antropologia, l'etnologia e l'istòria. Segon HERVIEU-LEGER (1999), son sense actuau la rapòrta a "*l'ensemble de las institucions, nòrmas, cresenças, rites, saber e saber-far que s'impausan a la societat, aus gropes, aus individús au nom de la contunha necessària dau present e dau passat*". Entau se comprend mielhs la proximitat de sense e la relacion intima emb las nocions de "mondes autentics : naturau [materiaus e gestes] o la de "monde tecnic" [biais de far] de CAMUS (2002) visdas çai en 'reir.

D'un biais sociologic, GAUCHET (1985) conçaup la tradicion nonmàs en rapòrt emb la nocion de modernitat¹². Precisa que las societats modernas son governadas per "*l'imperatiu dau chamjament*", mentre que las societats tradicionalas son, per contrapica, regidas per "*l'imperatiu de contunhamen*". Per WEBER (1921 or., 1971), lo tradicionalisme miralha un univèrs de significacions collectivas, que genera la propension per "*acceptar lo quotidian e creire que representa una nòrma per l'accion*". Fòrça de "*se conformar a-d'un còde de sense transmés de generacion en generacion*". Parier per l'etnològue BALANDIER (1988), per la tradicion, lo passat fonda l'accion dau present. Es un "*eiretatge que definís e entreten un òrdre, en esfaciar l'accion transformairitz dau temps [...]*".

Pasmens, lo passat (mai o mens long) qu'un invòca pòt èsser entierament inventat (HOBBSWAM, TANGER, 1983). Quilhs autors consideran que la tradicion¹³ es pas una pura repeticion e sa caracteristica, per esséncia, es d'actualizar lo passat dins lo present. S'agís alaidonc d'una vision non fixista, mas dinamica que permet d'incorporar las innovacions e las representacions que requesís lo present.

En partir de quela concepcion, BALANDIER (1988) perpausa tres ideaus tipas dau tradicionalisme :

- Lo "**tradicionalisme fundamentau**" : S'agís d'un respect zelat d'una concepcion e d'una representacion de l'autenticitat. De concepcion fixista, se fonda sus "una" *doxa*, una doctrina, una referéncia

« La tradicion se conçaup nonmàs en rapòrt emb la modernitat (GAUCHET, 1985) »

¹² Emb l'opausicion entre societats tradicionalas e societats modernas, dins lor faïçon de reconéisser e de conçaubre lo chamjament.

¹³ Coma zo veguèrem mai en amont au moment de l'examen de la nocion d'identitat.

a-d'una nòrma socialament reconeguda au dedins d'un grope sociau donat. Per lo territòri que nos concernís e en tant qu'exemple de quela taxonomia, se podriá pensar a l'associacion "*Lo Bornat dau Perigòrd*" eissida dau movement dau Felibritge, que l'un de sos objects sociaus es la promocion de la practica de la lenga occitana segon una *doxa* e lo respect d'una "autenticitat", que lors descredaires tractan çai que lai de "folclorisme".

- Lo "**tradicionalisme formau**" : usa de las fòrmas mantengudas (contunha de las semblanças), mas i incorpora daus elements de modernitat. Per çò qu'es de las I.C., podem liar quela mena de tradicionalisme a las practicas de la gastronomia regionala ("*La cosina de Perigòrd*", per exemple), lo mestierat (los coteus de Nontronh coma los mai vielhs coteus de viròla de França), lo mestierat d'art.

- Lo "**pseudo-tradicionalisme**" : dins que la tradicion i es tornada inventar, « tornada bricolejar ». Adomeja lo chamjament en li balhar una semblança costumiera e lenifianta. En mercatica experienciala e/o dau torisme, se pòt pensar a de las mesas en scena de sites toristics que lo torista vai i contentar son voler de "*contunhetat*", de "*reperes estables e d'autenticitat*" ; maugrat los descredaires nombrós que, au nom d'una altra concepcion de l'autenticitat, qualifian quela mena de practica de "*desviament*". Aquí, se pòt far referéncia a daus exemples coma la reconstitucion de vilatges medievaus, de vilatges de mestieraus dau segle XIX, o de parc que meten en scena la vita preïstorica.

Per resumir, la pausicion daus antropològues contemporaneus es de considerar la tradicion dins una concepcion dinamica dau chamjament e non pus nonmàs dins la d'una estabilitat estructurala. Entau, segon una tenença desconstruïvist, HOBBSWAM TANGER (1983) joslinheren que las "*tradicions son volatilas, istoricament datadas, tornadas bastir per de las fins politicas*". BAYART (1996) perseguirà dins quela dralha en mencionar que "*d'unas «tradicions culturalas», que se cresen plan vielhas, son plan recentas [...]*". Precisarà que lo recors a la tradicion es de l'òrdre de las "*estrategias identitàrias*", que los gropes e las comunautats s'i apropien daus imatges, de las representacions, daus simbeus per revendicar lor autonomia dans lo quadre d'una mobilizacion politica (mite fondator, eròs, eveniments, luòcs e territòris,...).

Las nocions de mobilizar estant estadas debatudas, emb lo pensament d'un estat daus luòcs, nos interessam aura aus movements sociologics e istorics recents que servigueren de matriça per l'abandon de

***De se remembrar :**
S'agirà de passar d'una situacion d'anomia a-d'una situacion de fiertat d'apartenéncia.

las lengas regionalas, mai a lor impacte sus lo (non ?) desvolopament daus territòris.

« L'identitat dau territòri deu venir una marca ombrela. »

Per çò qu'es de l'interne, au niveu francés, las annadas de politics centralizairitz, jacobinas, que an certas lor vertut, mas que perpauseren daus modeles de "*distinccion*", au sense bourdieusian dau terme (BOURDIEU, 1978), de tipe parisenc (cultura, musica e subretot television), se tradusen de fach per l'estandardizacion de las aspiracions e de las envèias. Entau, la bela part de las politics culturalas localas (en region) son o fugueren de las copias confòrmas de la de l'elita parisenca, emb daus mejans e de las ressorças fòrça mai feblas.

De mai, a-d'un dosesme niveu, mai universau, las vint darnieras annadas de globalizacion intensa an accelerat lo procediment "*distinccion/uniformizacion*" emb per consequéncia prumiera una desidentificacion. La globalizacion, mai que mai per çò qu'es dau capitau culturau, auriá per efiech d'ofrir coma estrategia de *distinccion* individuala e de grope de s'apoderar los atributs culturaus eissits de la mondializacion (mai que mai en matiera de cinemà, musica, High Tech., vidèu), que se tradusen per de las ofertas culturalas dichas americanizadas, "*disneylandizadas*", que acompanhan una desvalorizacion dau locau, una maudisença (una vergonha) de queu-d'aquí, e subretot un abandon de queu capitau culturau (locau) coma font d'innovacion e de desvolopament.

Adonc, çò que seriá sofisticat, remirable, de copiar, de contrafar, de crear seriá eissit dau londanh e segurament pas dau locau. Un artista e sa produccion seriá de valor, de prener en compte, de sollicitar, de finançar, nonmàs si fai partida dau *gotha* internacionau. Entau, lo dire triviau se confirma "*pagun artista seriá profeta en son país*".

Pasmens, dins lo mesme temps, los cerchaires an constatat un movement contrari que s'exprimis per de las apròchas pòst-modernas e per l'identificacion dau fenomene de "*glocalizacion*". Alaidonc MAFFESOLI (2013), en teorizar sus las tribús, nos confirma que lo besonh d'ancoratge edonista identitari s'es afortit dins las aspiracions daus individús dau segle XXI.

Anóncia un "pache societau pòst-moderne" fondat sus la cercha d'afecte, de tradicion e d'autenticitat, segon que los individús serián moguts per lor apeténcia per l'experiéncia e l'iniciacion, lo tot dins un sisteme de multi-apartenéncias identitàrias.

Parierament, KRISTÉVA (2013), fàcia a l'uniformizacion de las referéncias (globalizacion) e fàcia a las perdas de reperes e de valors, mai que mai chas las jòunas

generacions que viven un sentiment de "desligason"¹⁴ coma las comunautats que ne'n son eissidas, perpausa la « *religança* » per la cultura (au sense antropologic dau terme) coma ressorça creativa e instituís entau lo rapòrt entre recors a l'identitat e coèision sociala.

De quilhs moviments simultaneus auria eisit lo « *glocau* » que s'exprimís d'una man au niveu globau per la chasuda de las grandas utopias¹⁵ e la fugida de l'uniformizacion simbolica e de las estandardizacions que entrainan coma elas. E de l'autra man, au niveu locau, se vei una cercha de particularismes, de racinas, de diversitat, emai d'exotisme pròpche. Per lo "*consumeire-torista*", aquò s'exprimiria per una cercha d'un imatginari e d'experiéncias autenticas¹⁶.

Vers l'accion : las compausantas dau pache societau noveu

Per çò qu'es dau pache societau noveu, coma zo pensa MAFFESOLI (2013), podria èsser fondat sus una politica voluntarista, que visaria a melhorar la coèision sociala per lo levador culturau e d'estimular lo sentiment d'apartenéncia en motivar l'emocionau, adonc la reconeissença interindividuala.

S'agiria d'una man de se destachar de la situacion d'anomia dins que los individús d'un territòri son frustrats per causa de la manca de reglementacion sociala de las aspiracions individualas e onte viven la cultura que ne'n son surtits emb un sentiment de vergonha o d'indiferéncia. De l'autra man, d'agisar la fiertat d'apartenéncia en tant que fertilizacion dau territòri per la cultura.

Per resumir, queu pache tendria a vivifiar la volontat de participar, d'entrepreneur, de far, d'agir au niveu locau, en region.

Au niveu microsociau¹⁷, mai micro individuau¹⁸ d'observacion, parlarem aquí d'una fonccion de « **renosament** »¹⁹, valent a dire de reconciliacion, que sa visada seria de respondre a-d'una dobla demanda sociala (au defòra e au dedins) per la valorizacion de las ressorças que exprimen lo territòri que ne'n son eissidas.

¹⁴ Abséncia de sentiment d'apartenéncia.

¹⁵ Conformament au moviment de disenchantament dau monde weberian que resulta d'una vision dau monde racionalizada (Entzauberung/desenchantament e Weltanschauung/ vision dau monde – WEBER, 1922)

¹⁶ Re-enchantament pòst-moderne e raconte (storytelling).

¹⁷ Micro-sociau : en antropologia, s'agís d'una eschala d'observacion que se tròba au niveu daus gropes sociaus restrenchs (cf. Desjeux, 2004).

¹⁸ Micro individuau : en antropologia, s'agís d'una eschala d'observacion que se tròba au niveu daus individús que agissen dins un grope (cf. Desjeux, 2004).

¹⁹ Las accepcions dau terme renosament son las seguentas : *tornar botar en question las chausas ancianas ; tornar botar una fractura ; reconciliar.*

En externe (vers los toristas), quela fonccion permetriá "l'atirança per la diferenciacion", çò qu'es en se una responsa au movement sociologic edonista, que mena lo torista, coma z'avem agut exprimit, a cerchar de las experiéncias "autenticas".

En interne (vers los autoctònes), quela fonccion favorizariá la coèision sociala per la resocializacion de la lenga e de queu biais respondriá au besonh de creacion d'activitats e de liam social, en fixar e en atirar los actors dau territòri dins de las activitats qu'an un sense emb sa cultura.

En fin, la mesa en practica de quela fonccion de renosament permetriá la regeneracion d'una "*vision dau monde*" (WEBER, 1922) e de son mòde de vita associat (mesa en aplicacion de la nocion de PARATGE) que se pòden pressentir tanleu aüei per l'expression, venent daus consumeires, d'un biais mai o mens embrolhat, d'un "*voler de Sud-Oest*", d'un "*voler d'Aquitània*", d'un "*voler de Perigòrd*" e en consequéncia d'un "*voler d'Occitània*"...

D'un biais praxeologic, per fin d'aténher nòstra tòca externa (los toristas), seriá rencontrós de tendre vers la produccion d'ofertas toristicas originalas, "*autenticas*"²⁰ e durablas.

Aquò vòu dire que fau mestier de maniar diferents còdes segon lo capitau culturau de la tòca, per la representacion de la region, la perpausicion d'atmosferas regionalas, la perpausicion d'experiéncias comunautàrias, de solidaritat regionala e l'utilizacion dau « *storytelling* », valent a dire un raconte en lenga locala²¹.

Au nivèu interne, faudriá agir per la formacion daus actors dau torisme, per lo recors aus creators locals portaires dau capitau culturau e per lo recors aus produseires locals per fin de crear un efiech de malhums²² (responsa aus movements "Locavore", per exemple emb daus labeus de territòri d'origina).

Adonc, mai d'una dralha pòden èsser seguidas !

²⁰ Segon l'accepcion antropologica definida mai en arrear (en coèrècia identitària).

²¹ De segur, acompanhada d'una revirada dins una lenga mai correntament parlada (anglés, francés, chinés,...).

²² Iniciacion d'una grapa o d'un "cluster" torisme.

En conclusion, podem finalament parlar d'una menada ipermoderna au còr de las industrias creativas. De vrai, en mai de maniar los conceptes de tradicion e d'autenticitat, en segre los corrents pòst-modernes, s'agís de ben avisar las identitats regionalas culturalas, adonc la lenga regionala, coma fonts « multiplas » de desvolopament « multiples ».

Alaidonc, un daus projects de cercha en Perigòrd seriá de revelar las practicas dins que la lenga occitana es mobilizada, presada, per estudiar çò que ne'n fan las institucions, los actors culturaus, los creators, los actors economics, los menaires, los centres de vacanças,...

En tornar prener la formula de Robèrt LAFONT en 1990, especulam que l'usatge de la lenga permetriá qu' « *un país se prenguesse per se-mesma* ».

Bibliografia :

AMSELLE J.L., (1999), *Logiques métisses. Anthropologie de l'identité en Afrique et ailleurs*, Payot & Rivages

ANSART P. (1999), Constructivisme, in AKOUN A., ANSART P. (dir.), *Dictionnaire de sociologie*, Collection dictionnaires Le Robert / Seuil, pp.110-111

AVANZA M., LAFERTE G., (2005), Dépasser la "construction des identités" ? Identification, image sociale, appartenance, *Genèses*, n°61, décembre, pp. 134-152

AZAIS G., (1877-1881), *Dictionnaire des idiomes romans du midi de la France : comprenant les dialectes du Haut et du Bas-Languedoc, de la Provence, de la Gascogne, du Béarn, du Quercy, du Rouergue, du Limousin, du Bas-Limousin, du Dauphiné, etc.*, Bureau des publications de la Société pour l'étude des langues romanes (Montpellier), Tome 3

BALANDIER G., (1988), *Le désordre : éloge du mouvement*, Fayard

BILLE T., SCHULTZE G.G., (2006), Culture in Urban and Regional Development, in *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Part 11: Location, Chapter 30, pp. 1051-1099

BERGAADA M., (2008), "L'artisanat d'un métier d'art : l'expérience de l'authenticité et sa réalisation dans les lieux de rencontre entre artisan et amateur éclairé", *Recherche et Applications en Marketing*, vol. 23, n°3, pp. 5-25

BERGAADA M., LOREY Th., (2010), "Dynamisation d'une créativité culturelle régionale à caractère identitaire. L'exemple des chœurs basques", *Décisions Marketing*, n°60, octobre-décembre, pp. 9-19

BERGER P., LUCKMANN Th., (1986 [1966]), *La construction sociale de la réalité*, Meridiens Klincksieck

BERTHELOT J.M., (1999), "Interaction et interactionnisme", in AKOUN A., ANSART P. (dir.),

Dictionnaire de sociologie, Collection dictionnaires Le Robert / Seuil, pp. 290-291

BOURDIEU P., (1980), "l'identité et la représentation. Eléments pour une réflexion critique sur l'idée de région", *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 35, pp. 63-72

BOURDIEU P., (1979), *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Editions de Minuit

BOURGEON-RENAULT D., GOMBAULT A., (2009), Champ et produit culturel, in BOURGEON-RENAULT D. (coord.), *Marketing de l'Art et de la Culture*, Paris, Dunod

BOURGEON-RENAULT D., (2009), "Postmodernité" in GOMBAULT A., LIVAT-PECHEUX F., DURRIEU F., (2009), *A-Z, L'alphaBem des industries créatives*, Bem Bordeaux Management School, pp. 237-239

BRUBAKER R., (2001), Au-delà de l'identité, *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°139, pp. 66-85

CAMUS S., (2002), "Les mondes authentiques et les stratégies d'authentification : analyse duale consommateurs/ distributeurs", *Décision Marketing*, 26, avril-juin, pp. 37-45

CAVAZZA St., (2002), "Territoire et identité : Une perspective italienne", Editions de l'E.H.E.S.S. *Études rurales*, juillet-décembre, n°163-164, pp. 109-131

COUSIN S., REAU B., (2009), *Sociologie du tourisme*, La Découverte, Coll. Repères

COVA V., COVA B., (2002), "Les particules expérientielles de la quête d'authenticité du consommateur", *Décision Marketing*, n° 28, octobre-décembre, pp. 33-42

DESJEUX D., (2004), *Les sciences sociales*, Que sais-je ?, PUF

DION D., REMY E., SITZ L., (2010) "Le sentiment régional comme levier d'action marketing", *Décision Marketing*, N°58, avril-juin, pp. 15-2

FAVOREU C., LECHNER C., LEYRONAS C., (2008), Légimité des politiques publiques en faveur des clusters, *Revue française de gestion*, n°183 3, pp. 157- 178

FISCHER G.-N., (1987), *Les concepts fondamentaux de la psychologie sociale*, Dunod

GAGNON B., (2006), "Authenticité", in MESURE S., SAVIDAN P. (dir.), (2006), *Le dictionnaire des sciences humaines*, puf, pp. 64-65

GAREYTE J.F., "Hautefort, berceau du Trobar ?", 2009 in " MELIGA W., et alii., 2009, *Bertran de Born seigneur et troubadour*, Cahiers Carrefour Ventadour

GAREYTE JF, (2007), *L'aube des troubadours. La chanson d'Antioche du chevalier Bechade*. La Lauze, Périgueux

GAUCHET M., (1985), *Le désenchantement du monde. Une histoire politique de la religion*, Gallimard

GOFFMAN E., (1975 [1963],) *Stigmate. Les usages sociaux des handicaps*, Minuit

GOMBAULT A., (2009), "Le marketing du patrimoine culturel", in Bourgeon-Renault D., *Le marketing de l'art et de la culture*, Dunod, pp. 175-210

GOMBAULT A., DEBENETTI S., (2009), "Industries Culturelles", in GOMBAULT A., LIVAT-PECHEUX F., DURRIEU F., (2009), *A-Z, L'alphaBem des industries créatives*, Bem Bordeaux Management School, pp.159-162

GOMBAULT A., LIVAT-PECHEUX F., (2009), "Industries Créatives", in GOMBAULT A., LIVAT-PECHEUX F., DURRIEU F.,(2009), *A-Z, L'alphaBem des industries créatives*, Bem Bordeaux Management School, pp.156-159

GOMBAULT A., RENTSCHLER R., (2009), "Bottom-up", in GOMBAULT A., LIVAT-PECHEUX F., DURRIEU F., (2009), *A-Z, L'alphaBem des industries créatives*, Bem Bordeaux Management School, pp. 49-50

GOULDING C., (2000), "The Commodification of the Past, Postmodern Pastiche, and the Search for Authentic Experiences at Contemporary Heritage Attractions", *European Journal of Marketing*, vol.34, issue 7, pp. 835-853

GREFFE X., (2006), *La mobilisation des actifs culturels de la France. De l'attractivité culturelle du territoire... à la nation culturellement créative*, Paris : Ministère de la Culture et de la Communication

GRUZINSKI S., (1999), *La Pensée métisse*, Fayard

HAGOORT G., (2008), *Growth and Development of Creative SMEs*, Utrecht: Utrecht School of the Arts

HAGOORT G., (2009), "Région Créative", in GOMBAULT A., LIVAT-PECHEUX F., DURRIEU F.,(2009), *A-Z, L'alphaBem des industries créatives*, Bem Bordeaux Management School, p. 249

HARRIBEY L., DUQUEROIX J.-L., (2008), "Du développement durable à la responsabilité globale des organisations", in HARRIBEY L. (dir.), *A-Z, L'Alphabem du manager responsable*, BEM, Bordeaux management school, pp. 7-10

HEINICH N., (1999), « Art contemporain et fabrication de l'inauthentique », *Terrain*, n°33, pp. 5-16

HERVIEU-LEGER D., (1999), "Tradition et traditionalisme", in AKOUN A., ANSART P. (dir.), *Dictionnaire de sociologie*, Collection dictionnaires Le Robert / Seuil, p. 539

HOBBSWAM E., TANGER T., (1983), *The invention of the tradition*, Cambridge University Press

KHAZNADAR Ch. (dir.), (2012), *Internationale de l'imaginaire – Le patrimoine, oui mais quel patrimoine ?* Actes Sud, coll. Babel

KRISTEVA J., (2013), *Pulsions du temps*, Fayard

LAFONT R., (1991), *La geste de Roland*, L'Harmattan, tome 2, Paris.

LAMBERT W., *et alii*, (1960), "Evaluationnal reactions to spoken languages", *Journal of Abnormal and Social psychology*, n°60, pp. 44-51

LAPLANTINE F., NOUSS A., (2001), *Métissages : De Arcimboldo à Zombi*, Pauvert

LIVAT-PECHEUX F., GOMBAULT A., (2009), "Clusters culturels", in GOMBAULT A., LIVAT-PECHEUX F., DURRIEU F., (2009), *A-Z, L'alphaBem des industries créatives*, Bem Bordeaux Management School, pp. 68-69

LÖFGREN O., (1989), Nationalization of Culture, *Ethnologica Europea*, n°19, pp. 5-23

LYOTARD J.F., (1986), *La postmodernité expliquée aux enfants*, Galilée

RAYSSAC S., SOUR Ph. (dir.), (2013), *Le tourisme culturel occitan dans le Tarn*, Conseil Général du Tarn et Comité Départemental du Tourisme du Tarn

LIPOVETSKY G., (2006), *Le bonheur paradoxal, Essai sur la société d'hyperconsommation*, Paris : Gallimard

MAFFESOLI M., (2000), *L'instant éternel. Le retour du tragique dans les sociétés postmodernes*, Denoël

MAFFESOLI M., (2013), *Homo eroticus. Des communions émotionnelles*, CNRS EDITIONS

MIRUNA GHIL E., (1989), *L'Age de Parage : essai sur le poétique et le politique en Occitanie au XIIIème siècle*, Peter Lang, New York- Bern-Frankfurt am Main, Paris.

MOSCOVICI S., (2000), *Social representations. Exploration in Social Psychology*, Cambridge, Polity press.

NAGY R., (2008), "Stratégies de vie sur une frontière. Le cas du Maramures : enjeux et valorisations identitaires", *Cultures & Conflits, Frontières et logiques de passage*, n° 72 (hiver), pp. 45-55

NIEL F., (1955), *Albigeois et cathares*, Presse universitaires de France, Que sais-je ?, Paris

MOSCOVICI S., (2000), *Social representations. Exploration in Social Psychology*, Cambridge, Polity press

PARIS Th., (2007), Organisation, processus et structures de la création, *Culture prospective*, Production, diffusion et marchés, Secrétariat général, Délégation au développement et aux affaires internationales, Département des études, de la prospective et des statistiques, 5, pp. 1-15, en ligne - http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/2008/pdf/Cprospective07_5.pdf, consulté le 28 avril 2013

POINT S., (2007), "La diversité des définitions de la diversité, comparaison européenne", in BARTH I., FALCOZ C., (dir.), *Le management de la diversité : Enjeux, fondements et pratiques*, Coll. : Recherche en gestion, L'Harmattan, Paris, pp. 233-256

PORTER M., (1998), Cluster and the new economic competition, *Harvard Business Review*, 76, pp. 77-90

PRENTICE R., ANDERSEN V., (2003), "Festival as Creative Destination", *Annals of Tourism Research*, Vol. 30, N°1, pp. 7-30

RAYNOUARD F. J-M., (1842), *Lexique roman : ou dictionnaire de langue des troubadours...*, Sylvestre, Paris, tome quatrième

REDFIELD R., LINTON R., HERKOVITS M., (1936), "Mémorandum for the Study of Acculturation", *American Anthropologist*, vol. 38, n°1, pp. 149-152

RENTSCHLER R., GOMBAULT A., (2009), "Authenticité", in GOMBAULT A., LIVAT-PECHEUX F., DURRIEU F., (2009), *A-Z, L'alphaBem des industries créatives*, Bem Bordeaux Management School, p. 39

RICHARDS G., (2000), "World culture and heritage and tourism", *Tourism Recreation Research*, 25 (1), pp. 9-18

RICHARDS G., (2001), *Cultural Attractions and European Tourism*, Richards G., ed., Wallingford: CAB International

RICHARDS, G., WILSON, J. (2007), *Developing Creativity in Tourist Experiences: A Solution to the Serial Reproduction of Culture?* *Tourism Management*, n°27, pp. 1209-1223

ROSTAING Ch., (1970), "Le vocabulaire courtois dans la deuxième partie de la "Chanson de la Croisade des Albigeois", in *Collectif, 1970, Travaux de linguistique et de littérature VIII, 1 - Mélanges de linguistique, de philologie et de littérature offerts à Monsieur Albert Henry*, Centre de philologie et de littératures romanes de l'Université de Strasbourg, Strasbourg

STENTA M., (2011), *Les valeurs de la société de Cortesia : en pays d'Oc aux XIIème et XIIIème siècles*, Les Editions lo Chamin de Sent Jaume, Meuzac,

STREECK W., (1992), "Productive Constraints: On the Institutional Conditions of Diversified Quality Production", in STREECK W. *Social Institutions and Economic Performance*, SAGE Publications, London p.1

THIESSE A.M., (1999), *La création des identités nationales, Europe, XVIIIème – XXème siècle*, Le Seuil

THROSBY D., (2001), *Economics and Culture*, Cambridge: Cambridge University Press.

THURIOT F., SOLIMA L., GOMBAULT A., (2009), "Territoire", GOMBAULT A., LIVAT-PECHEUX F., DURRIEU F., (2009), *A-Z, L'alphaBem des industries créatives*, Bem Bordeaux Management School, pp. 276-279

UNESCO, (2000) "Saouma-Forero, Galia, Réunion d'experts sur l'authenticité et l'intégrité dans un contexte africain, Grand Zimbabwe, Zimbabwe", 26-29 mai

UNESCO, (2001) "Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle", 2 novembre

UNESCO, (2003) « Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel », Paris, 17 octobre

UNESCO, (2011), "Extrait de la STRATÉGIE DE MAURICE, Ressources touristiques", chapitre VIII, paragr. 50-52

WARNIER J.P., (1999), *Construire la culture matérielle : l'homme qui pensait avec ses doigts*, PUF

WEBER M., (1921 or., 1971), *Economie et société*, Tome 1., Plon

WEBER M., (1922 or., 1965), *Essais sur la théorie de la science*, Plon

WEIL S., (1943), "L'agonie d'une civilisation vue à travers un poème épique", in WEIL S., (1960), *Ecrits historiques et politiques, 1. Première partie : Histoire (recueil d'articles)*, Editions Gallimard, Collection : Espoir, nrf, Paris, pp. 53-59