Culture(s) mondialisée(s)
Composer, communiquer, diffuser

Françoise Richer-Rossi, Stéphane Patin
Université de Paris

Sous les coups de boutoir de la mondialisation pour les uns, grâce à l'impulsion de volontés plurielles et complémentaires pour les autres, la culture des États s'étend bien au-delà de leurs frontières respectives et, protéiforme, se décline en une infinité d'événements. Nul ne peut ignorer aujourd'hui son statut de *soft power*, un pouvoir décuplé parfois, qui fait des émules, suscite des controverses aussi, quand il ne provoque pas de secrètes jalousies...

Si la France ou les États-Unis, le Japon, l'Inde ou le Brésil, avec des visées et des stratégies diverses, peuvent se targuer de leur influence et de leur savoir-faire en matière culturelle, plus nombreux sont les pays qui, pour de multiples raisons, n'ont accédé que récemment à la reconnaissance et éprouvent la satisfaction de (re)découvrir et faire découvrir leurs richesses patrimoniales – archéologiques, architecturales, picturales, cinématographiques - et leurs traditions ancestrales - chants, danses, gastronomie.

Cet ouvrage collectif s'intéresse à différentes stratégies de promotion de la culture et aux logiques artistiques et économiques qui y président en fonction de paramètres variables : existence d'une paix ou d'une fracture au sein d'un État, avec ses corollaires, des inégalités, des problèmes identitaires, ou encore, le multiculturalisme.

Professionnels du monde de la culture (écrivain, historien, architecte, restaurateur, régisseur d'œuvres, réalisateur de cinéma...) et enseignants-chercheurs se penchent sur des manifestations culturelles sur divers continents et nous font découvrir plusieurs formes d'art.

Quinze contributions s'organisent en deux parties. La première s'attache aux traditions séculaires puis aux problèmes liés aux frontières imposées par des États peu soucieux d'appartenances culturelles, et à ceux nés d'un multiculturalisme mal com-

pris, étriqué, délétère. La seconde offre un éventail d'exemples de projets culturels, grandioses ou modestes, aboutis ou en cours de réalisation, et elle s'interroge sur les moyens mis ou non à leur disposition.

1 Heurs et malheurs des traditions

Dans notre ouvrage précédent, *Les métissages culturels. Patrimoine, arts, langues*, **Silvia Dana-Echevarría**, présidente de l'Association *Les amis du patrimoine*, expliquait comment les trésors picturaux de l'église d'Aucará, le village de ses ancêtres, furent sauvés de l'oubli ; elle s'attache ici aux traditions festives de la vallée du Sondondo, dans la région d'Ayacucho au Pérou, afin d'en souligner le syncrétisme religieux. En effet, alors que les Indiens des Andes ne séparaient aucunement la nature et le sacré, ils s'adaptèrent aux rites catholiques organisés en fonction d'un rigoureux calendrier de fêtes religieuses.

Baptisés de force, violemment obligés de renoncer à leurs dieux et à leurs coutumes, notamment à leur façon de vénérer leurs morts et à la momification, les Indiens des Andes feignirent dans le meilleur des cas une assimilation sincère, résistèrent parfois ouvertement et louvoyèrent souvent, bernant les prêtres catholiques tant et si bien que certaines manifestations culturelles sont parvenues jusqu'à nous comme l'illustrent la Fête de l'eau et la Danse des ciseaux. En effet, loin d'affaiblir la religion autochtone, les mesures drastiques des colons pour l'éradiquer renforcèrent le sentiment identitaire andin. Ainsi, aujourd'hui encore, un hommage est-il rendu à la *Pachamama* – la terre mère – et des offrandes présentées aux *apus* tutélaires.

La Fête de l'eau remonte à la période pré-inca ; on nettoyait les canaux, on célébrait le travail collectif et l'on rendait hommage à la fécondation annuelle de la *Pachamama* qui marquait un nouveau cycle agricole. Cette tradition a lieu dans tous les villages de la vallée, d'août à septembre, et Silvia Dana-Echevarría, qui en connaît toutes les arcanes, offre une description minutieuse de la Danse des ciseaux, inscrite aussi au patrimoine culturel de la nation du Pérou, une reconnaissance source de fierté mais aussi de promotion du tourisme.

Cette danse rituelle, longtemps interdite car l'Église y voyait la manifestation d'un pacte avec le diable, est une compétition de danseurs – auxquels on prête des pouvoirs de médiation entre les hommes et la nature – et de musiciens rivalisant de virtuosité, qui miment les activités agricoles. Née dans un contexte insurrectionnel, la Danse des ciseaux maintient les concurrents dans un état extatique de plusieurs heures voire de plusieurs jours, par lequel ils expriment leur vif rejet de la colonisation et du christianisme. On comprend alors pourquoi, aujourd'hui encore, les danseurs évoluent sur le parvis des églises mais n'y pénètrent pas.

Silvia Quinto Fernández, architecte restauratrice, se penche elle aussi sur des fêtes religieuses célébrant le Christ, celle du Seigneur de Choquekillka et celle du Seigneur d'Untuna, deux figures indianisées dont les représentations n'ont pas changé au fil du temps. Ces fêtes retiennent particulièrement l'attention car non seulement elles rassemblent et font revivre un passé à la fois andin et colonial mais elles constituent une source de plus en plus importante de bénéfices pour les commerçants, restaurateurs,

hôteliers... Elles attirent en effet une nombreuse population à la fois locale, extérieure et même étrangère. Véritables vitrines, ces célébrations attestent la richesse rituelle du Pérou dont le tourisme culturel ne cesse de croître.

La fête du Seigneur de Choquekillka, inscrite au patrimoine culturel de la nation péruvienne en 2008, dure quatre jours, créant ainsi des dynamiques culturelles mais aussi économiques. La fête du Seigneur d'Untuna offre un autre exemple prégnant ; produits agricoles, agro-industriels, d'artisanat, folkloriques, gastronomiques s'y déploient au beau milieu d'activités religieuses et ludiques et de travaux collectifs pour l'ensemble de la commune. Si l'on ne peut nier que ces réunions annuelles participent d'un fort sentiment d'appartenance à la terre andine, attachée aussi bien à ses saints patrons qu'à ses montagnes sacrées, elles n'en sont pas moins ouvertes, connectées et mondialisées.

Víctor Javier Echevarría Mejía, péruvien aussi, nous emmène quant à lui à la frontière du Pérou avec l'Équateur pour nous faire partager ses réflexions sur le peuple jivaro, ses croyances et sa culture. Vivant en pleine forêt amazonienne depuis bien avant les litiges entre les deux pays et ayant su résister à la fois aux empires inca et espagnol, les Jivaros sont devenus, malgré eux, un peuple transfrontalier qui a dû s'adapter à des décisions prises sans lui. Versé en anthropologie, l'auteur analyse les codes culturels des Jivaros, symboles de leur identité ; ils sont pour lui l'illustration parfaite du concept transversal de la culture. Nous voilà en présence de l'expression du syncrétisme religieux entre Bible et divinités de l'Amazone. Les Jivaros ont conservé leurs croyances spiritistes et animistes même s'ils se sont tournés vers le christianisme. Ainsi, pour entrer en contact avec leur monde spirituel, un des modes de communication passe-t-il par la consommation de plantes hallucinogènes – l'ayahuasca notamment – et la pratique de la chasse qui, toutes deux, requièrent une période préalable de jeûne.

Du point de vue sociétal, les rôles se répartissent par genre parce que leur spiritualité sépare les esprits masculins et féminins. Depuis toujours, et malgré l'arrivée des conquistadores, les hommes jivaro chassent et pêchent tandis que les femmes cultivent les champs, les premiers recevant le pouvoir *d'Etsa*, divinité masculine, et les secondes, celui de *Nugkui*, divinité féminine. Depuis toujours aussi, les Jivaros sont un peuple offensif ; leur façon de dialoguer passe par la menace et les attaques. De nos jours, pour affirmer son appartenance à une culture métissée, il est bien vu de se conduire avec véhémence ; l'auteur donne l'exemple du coup d'éclat d'un étudiant lors d'une conférence, suivi d'une invitation à déjeuner. Dans cette culture très masculine, héritée d'une société guerrière qui valorisait les activités de combat, la violence existe aussi chez les femmes : celles-ci se suicident non par désespoir mais pour exprimer leur colère et appeler les hommes à la vengeance. Ce sens du sacrifice, présent dans la culture jivaro, s'est notamment manifesté chez les messagers lors du conflit avec l'Équateur en 1995.

Décidément, les identités culturelles d'une nation ne peuvent être déterminées par une histoire écrite *a posteriori* pour justifier l'existence politique d'un État. **Charalambos Petinos**, historien et conseiller de presse à l'Ambassade de la République de Chypre en France, semble emboîter le pas de l'anthropologue péruvien tant il évoque

lui aussi une situation de crise, de déchirement d'un même peuple en deux entités différentes. Il livre une expérience personnelle, laissant la réflexion ouverte ; une expérience qui s'ouvre sur un récapitulatif de l'histoire tourmentée de cette île située au carrefour de trois continents, souvent soumise à différentes influences et enrichissant *nolens volens* sa production artistique à leur contact, notamment à travers la thématique de la paix, de l'indépendance, du rapprochement des communautés chypriotes grecque et turque, le point d'orgue étant atteint avec le retour à la stabilité et à la croissance économique et au soutien de l'État. Désormais, les artistes chypriotes participent à diverses manifestations culturelles internationales et s'ouvrent à d'autres influences même si leurs œuvres sont empreintes d'une certaine angoisse que l'auteur qualifie d'existentielle. Depuis l'ouverture partielle de la ligne de démarcation en 2003, Chypriotes, grecs et turcs, nouent des relations et exposent ensemble.

Pour l'auteur, « l'art possède un *soft power* », il « n'est jamais coupé de la société et de la vie ». Ses réflexions s'achèvent sur *Pafos2017*, événement qui a fait de cette ville chypriote une des capitales européennes de la culture pour l'année 2017, et qui s'est accompagné de diverses manifestations artistiques venues du monde entier, unies par la recherche de la paix, le dialogue entre les communautés, la transmission de la culture et la promotion du multiculturalisme. Vingt Chypriotes grecs et dix Chypriotes turcs ont participé à l'événement *En art, pas de frontière* ! et deux artistes issus chacun d'une de ces deux communautés ont réalisé une œuvre commune pour signifier le désir de réunification pacifique de Chypre.

Charalambos Petinos rappelle enfin l'action culturelle des services de l'Ambassade de Chypre en France, qui se traduit aussi bien par des événements culturels de grande envergure, notamment l'exposition *Chypre entre Byzance et l'Occident IV*^{e}*-XVI*^{e} *siècles*, tenue au Louvre d'octobre 2012 à janvier 2013, que par des échanges culturels dans le cadre d'expositions plus modestes en province ou dans celui de jumelages.

Patrick Farges, professeur de civilisation allemande, éclaire un pan de l'histoire des 90 000 réfugiés juifs germanophones – les *yekkes* – qui migrèrent en Israël dans les années 1930 ; c'est avec une tendresse non dénuée d'humour, comme celle des témoins dont il recueille les souvenirs, qu'il analyse l'intégration de ces Allemands en Orient par le biais des arts et rituels culinaires. Partant de l'aphorisme du « gastrosophe » Jean Anthelme Brillat-Savarin, « Dis-moi ce que tu manges, je te dirai ce que tu es », il considère les pratiques quotidiennes, en particulier celles de la cuisine – ingrédients, cuisson – mais aussi le travail en général, celui des hommes, plus difficile à trouver, et celui des femmes, souvent lié à la nourriture – que l'on fabrique et que l'on vend - ; autant de questions émotionnelles, liées à l'identité et aux affiliations culturelles, entraînées par la confrontation avec l'Orient, la perte de repères et surtout celle – immense – du niveau de vie. Ainsi naquit une nouvelle culture alimentaire hébraïque parallèle au processus de construction de la nation sioniste ; les femmes assurent le quotidien, elles créent « une 'cuisine de Palestine' saine, dont les racines plongeaient dans un 'Orient' en partie fantasmé ». L'auteur examine comment le sionisme véhicula l'idée de l'homme hébreu « résilient et musclé » endurci au contact d'une terre difficile mais nourricière – l'ingestion des produits locaux devant régénérer le nouvel homme

juif de l'intérieur et le fortifier – démontrant le rôle joué par les aliments et la façon de les cuisiner dans le processus d'adaptation et d'acculturation des *yekkes*.

Florence Binard, professeure de civilisation britannique, traite également de l'appropriation culturelle mais pour questionner la tendance actuelle aux scandales qui y sont associés, « avatar », selon elle, de « revendications identitaires, différencialistes et communautaires voire communautaristes ». La chercheuse recense les différentes définitions de l'appropriation culturelle, souligne les divergences de points de vue et voit dans la caractérisation négative de celle-ci un lien avec la notion de multiculturalisme. Pour illustrer son propos, elle s'appuie sur trois exemples d'accusations erronées ; l'un lié à une recette créole, l'autre à un déguisement, le dernier fustigeant l'ouvrage de Kathryn Stockett, *The Help* (2009) – en français, *La couleur des sentiments* - car l'écrivaine y met en scène des personnages noirs alors qu'elle-même est blanche. Vecteur commun à ces accusations : le supposé impérialisme blanc. Florence Binard fait cependant remarquer que les blancs n'ont pas le monopole de ces accusations ; Beyoncé ou Rihanna, notamment, se sont vu accuser d'appropriation culturelle. Celle-ci est donc bien associée à une identité racisée et c'est pourquoi elle se développe davantage dans les pays anglo-saxons où le multiculturalisme est un concept « visant à encadrer la cohabitation de cultures différentes », chacune étant clairement identifiée. De fait, on assiste alors à un retournement de l'objectif premier – lutter contre le racisme – puisqu'à l'évidence il est désormais question de défense de cultures racisées, de repli identitaire et de fragmentation sociale, avec leur lot de censure, autocensure et stigmatisation.

2 La culture à 360 : promotion, diffusion, marchandisation

Écrivain et diplomate, **Carlos Amézaga**, ministre de l'ambassade du Pérou, livre de pertinentes réflexions sur l'industrie culturelle et la diplomatie. Conscient que son pays n'en est encore qu'aux balbutiements de « l'économie orange » – plus habitué aux chiffres engrangés par l'agriculture ou le secteur minier – et du *softpower* – le Pérou ne s'est doté d'un Ministère de la Culture qu'en 2010 – il souligne néanmoins des avancées significatives ; ainsi lui rend-il hommage pour son action en faveur du rayonnement de sa culture, lui qui, dès 1822, votait des lois pour protéger son patrimoine archéologique même si, dans le même temps, il appliquait des politiques discriminatoires, à une époque où il ne prenait pas en compte sa diversité culturelle.

Carlos Amézaga évoque le chemin parcouru : tourisme, gastronomie, fêtes populaires, sans pour autant négliger les actions en faveur de reconnaissances officielles, celles de l'UNESCO notamment, ou la récupération d'œuvres dérobées ou exposées dans des musées étrangers, ainsi qu'un prestige accru en termes de commerce, d'exportations et d'investissements. Il exprime sa satisfaction face à des chiffres qui reflètent sans équivoque les excellents résultats obtenus : 3716 entreprises créées dans le secteur de la culture entre 2002 et 2011, une augmentation de 134%, « presque le double de celle enregistrée par l'industrie militaire » pour l'année 2017 ; 20 écoles de gastronomie ont vu le jour entraînant le développement de l'industrie éditoriale dans ce secteur ; bars et restaurants se multiplient créant des centaines de postes de travail, augmentant le PIB et réduisant la pauvreté. Le diplomate ne manque pas d'évoquer les multiples

festivals de cinéma programmés dans le pays et en dehors ; il appert de son constat que, désormais, la diplomatie culturelle péruvienne ne se contente plus de regarder vers les élites, même si elle continue de viser l'excellence : les richesses exceptionnelles du pays, matérielles et immatérielles, culture savante et populaire profitent à tous.

Juan José Cabello Arce, coordonnateur du centre culturel de l'Université pontificale catholique du Pérou, la plus ancienne et la plus importante université privée du pays, illustre avec éloquence les propos de son compatriote. Fin connaisseur du milieu cinématographique car il organise depuis plus de 20 ans un festival de films, il atteste l'impact économique du 7^{e} art au Pérou : taux d'emploi en hausse dans la distribution, projections et journalisme spécialisé en pleine expansion.

Dans des pages foisonnantes d'informations, il rapporte la naissance en 1993 du centre culturel de la PUCP [1], premier centre universitaire créé au Pérou et deuxième en Amérique du Sud, ainsi que sa croissance vertigineuse grâce aux aides financières de cette prestigieuse université et aux dons généreux de différents mécènes nationaux et internationaux. Gratuites depuis l'ouverture du centre, les expositions ont accueilli les œuvres de Picasso, Dali, Matta, Toledo, Warhol, Zappa…

Réalisation phare du centre culturel, le festival de cinéma se tient en 62 endroits – 10 complexes cinématographiques et 52 salles de cinéma – et offre master classes de cinéastes célèbres, séminaires, lectures, expositions liées au cinéma, à la peinture, à la photographie. À juste titre Juan José Cabello Arce évoque la « reconnaissance internationale » du festival de cinéma et souhaite le même destin à celui, beaucoup plus récent et modeste, de la parole, d'une durée de trois jours.

À la PUCP, principal sponsor du festival de cinéma, s'ajoute bon nombre d'entreprises privées nationales et internationales ainsi que l'UNESCO, partie prenante du projet depuis ses débuts. L'auteur témoigne des changements opérés dans le cinéma péruvien. Exclusivement politique il y a 20 ans, celui-ci dénonçait la dictature et les injustices, flirtant avec le journalisme. Son regard est désormais plus personnel voire poétique. Le centre culturel projette notamment des films en langues minoritaires, l'aimara ou l'anglais créole. Il fait connaître au public des films moins conventionnels et ne veut pas qu'il oublie ses racines. Juan José Cabello Arce dit la volonté d'inclure dans la programmation les représentations culturelles appartenant aux majorités ou aux minorités marginalisées pour des raisons économiques, raciales ou autres. Il refuse les images d'Épinal, réductrices et nocives car la différence exige la compréhension dans le respect, d'autant plus au Pérou, tant y (co)existent des cultures nombreuses et différentes.

Si le Pérou, comme le déplore **Jovita Maeder**, directrice du festival de cinéma péruvien de Paris, ne s'est pas encore doté d'une politique culturelle, il n'en demeure pas moins que la culture suscite l'intérêt des Péruviens, les fortunés donateurs, certes, mais aussi tous les anonymes qui fréquentent de plus en plus les salles de cinéma et de spectacle. Jovita Maeder, parisienne d'adoption, promeut inlassablement le cinéma péruvien dans la capitale, d'année en année, depuis 10 éditions, avec plus de 250 productions cinématographiques. Selon elle, la France est le pays idoine pour impulser la

1. Il s'agit de l'Université pontificale catholique du Pérou (Pontificia Universidad Católica de Perú).

production et la diffusion de la cinématographie péruvienne car ce pays comptabilise « le plus de premières mondiales de cinéma » et, de surcroît, le cinéma d'auteur y jouit d'une aura particulière. Le regard et l'avis d'un jury de professionnels français sur la production nationale péruvienne lui sont apparus comme indispensables pour sa reconnaissance et sa valorisation.

L'auteure regrette que la France et le Pérou n'aient pas encore signé d'accords bilatéraux de coproduction malgré des discussions entamées avec bonheur avec le Centre National du Cinéma français ; ils auraient pour effet de permettre aux réalisateurs de solliciter des aides aux deux pays. Certes, dit-elle, il existe désormais au Pérou trois écoles de cinéma, et quatre universités proposent des parcours dans les domaines du cinéma, de la vidéo et des arts visuels ; mais l'industrie cinématographique est encore balbutiante et les films d'auteurs le disputent à un cinéma commercial grand public. Malgré une distribution et une exploitation qu'elle considère encore compliquées au Pérou – les exploitants de salle de cinéma soutiennent notamment que le public péruvien boude les films nationaux car « ils abordent des thématiques difficiles et sans lien avec le public » –, Jovita Maeder reconnaît cependant que le Ministère de la Culture de son pays a récemment obtenu des fonds tout en prenant des mesures pour soutenir les salles de cinéma alternatives et les cinéclubs, voire en créer davantage. Une stratégie de bon augure pour diffuser un cinéma national et faire exister une véritable industrie cinématographique ; un début de politique culturelle en faveur de la protection et du développement de la cinématographie et de l'audiovisuel.

Les pages de l'auteure apportent un éclairage nécessaire sur le marché du film latino-américain et questionnent avec pertinence les effets de la mondialisation sur la diversité culturelle via la diffusion tous azimuts d'un « cinéma commercial aux grandes stratégies, aux gros moyens et au casting international » dans de gigantesques multiplexes.

Diversité revendiquée comme il se doit par son compatriote, le réalisateur **Joel Calero**, qui revient sur la genèse de son film, s'interrogeant sur la notion de « peuple » péruvien, sur les nécessaires changements de la société péruvienne, sur la problématique des classes sociales et, plus prosaïquement, sur les impératifs financiers – son œuvre compte très peu de personnages ; sans oublier les réticences de l'acteur principal et ses difficultés pour dépasser sa haine et ses préjugés, pour comprendre les motivations et les désillusions d'un combat politique.

Lauréat du prix du meilleur film, lors de l'édition 2018 du festival péruvien de Paris, pour son long métrage *La última tarde*, le cinéaste explique le succès de l'œuvre par son adéquation avec les nouveaux besoins du public péruvien qui aspire à un cinéma plus représentatif de son identité, de son passé, de ses aspirations, après des années de cinéma commercial venu pour une très large part des États-Unis.

Dans un article intitulé « Where Culture Means Business » : l'industrialisation de la culture et ses conséquences à La Nouvelle-Orléans (2005-2018) », **Aurélie Godet**, qui a séjourné à plusieurs reprises aux États-Unis, témoigne de l'enquête ethnographique qu'elle y a menée. Dans ce pays où la politique culturelle se réduit à une poignée d'actions significatives, « la culture relevant essentiellement du secteur privé », les

moyens ne manquent pas pour distraire les concitoyens ; ils sont cependant très mal répartis et le cas de la Nouvelle-Orléans l'atteste avec éloquence. Au sujet de cette ville qui a accueilli 7,5 millions de touristes en 2008 et 11 millions en 2018, la chercheuse met en parallèle la commercialisation galopante d'une part et, de l'autre, l'érosion de la société civile. Tandis que la municipalité se targue de faire de la culture « son affaire » et que certains artistes trouvent leur compte dans les habitudes de consommation des touristes, l'opposition dénonce la « colonisation mercantile de la culture ».

L'auteure s'interroge : « le compromis entre marchandisation de la culture et respect du processus créatif est-il possible ? » Et elle rappelle avec justesse un texte de 2011, émanant de l'UNESCO, intitulé *Un nouvel agenda de politiques culturelles pour le développement et la compréhension mutuelle* – texte repris et renforcé sept ans plus tard, soit après le départ des États-Unis. L'organisation mondiale y présentait la culture sous tous les aspects que nous lui connaissons sans pour autant négliger le volet économique qui lui est attaché. Elle incitait les États à la prendre en compte dans leur carnet de bord politique et à favoriser le développement de pratiques culturelles soucieuses d'éviter les écueils d'une marchandisation à outrance.

Alors que Carlos Amézaga, Juan José Cabello Arce et Jovita Maeder soulignent les progrès du Pérou pour rendre la culture plus visible, plus équitable et accessible au plus grand nombre, Aurélie Godet atteste la précarité criante des structures culturelles à La Nouvelle-Orléans. La profusion d'emplois culturels précaires découle du refus des autorités de la ville de créer des industries culturelles *durables*. Face à l'incurie de l'État, chacun se débrouille dans son quartier ou dans sa corporation, l'objectif étant de (sur)vivre alors que tant de questions dans le monde – celles de reconnaissance et d'appropriation notamment – font débat et même rage.

L'ouvrage s'achève sur des réalisations françaises dont l'une est nationale, l'autre, internationale, la première impliquant des étudiants et leurs enseignants aidés par des professionnels, la seconde imaginée et soutenue par les plus hauts représentants français de la diplomatie et de la culture. Ces deux projets ont vu le jour grâce à un savant dosage de stratégies de communication et de logiques artistiques et économiques, des thématiques qui sont au cœur du travail de réflexion de **Marie-Laure Laville**.

Directrice de LEWIS France, auteure de *Les Relations Presse à l'heure du digital, des influenceurs aux ambassadeurs* (2017), celle-ci témoigne de l'évolution d'un métier qui a su s'adapter avec bonheur au numérique, et elle donne les clés d'une méthodologie de travail : « Une bonne histoire bien construite doit proposer quelque chose de surprenant, d'intéressant ou de *fun* : la stratégie de *buzz* crée l'événement autour d'un produit ou d'une offre et laisse une empreinte dans la mémoire et dans le cœur du consommateur. »

Marie-Laure Laville part du constat que 96% des journalistes utilisent les réseaux sociaux – *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* – et que les RP (Relations Presse) sont aujourd'hui au cœur des stratégies des directeurs marketing et communication. Elle insiste sur l'omniprésence du *tweet* qui, eu égard à des contraintes éditoriales et techniques légères, a su imposer une nouvelle façon de communiquer et d'échanger, et en conclut avec humour que « tout devient matière à tweeter ! ». Les RP – à travers les

réseaux sociaux et le numérique – sont devenues fondamentales dans le développement d'une marque : elles lui donnent les moyens de communiquer tout en contrôlant les informations partagées.

L'auteure décrit un métier en mutation qui allie communication commerciale et compétences en numérique de plus en plus poussées – il faut s'adapter à de nouveaux modes d'achats, à des publics à la fois exigeants et volatils, créer du lien avec bloggeurs, influenceurs et ambassadeurs, multiplier les cibles et les canaux de diffusion, être inventif pour viser juste – et une maîtrise de l'infographie (l'art de l'image numérique). Plus éloquentes que les mots, les images – photos et vidéos – gagnent du terrain ; elles mettent en scène et frappent des esprits qui les retiennent davantage. Rapide à créer, l'infographie rend plus amène la lecture de chiffres ou de résultats. Selon Marie-Laure Laville, « les marques qui utilisent les infographies dans leur communication augmentent plus rapidement leur croissance (+ de 12%) que celles qui diffusent du contenu rédactionnel ». Quant à la vidéo, « elle capte 10 fois plus l'attention que le texte. C'est l'outil d'avenir ! » assure-t-elle.

Rompue aux dossiers de presse, Marie-Laure Laville atteste que les dix pages d'antan sont révolues, les journalistes leur préférant une vidéo, elle-même partagée douze fois plus qu'un texte à condition toutefois de ne pas dépasser deux minutes.

La problématique de développement des publics, de la visibilité et de son accroissement à travers des outils de communication innovants se trouve au cœur du Projet Transmedia *L'Odyssée de Pénélope*, exemple abouti et prometteur de la collaboration entre une institution culturelle, le Théâtre des Champs Élysées (TCE), et un établissement d'enseignement supérieur, l'ISIT. **Louis-Marie Clouet**, Directeur de la recherche à l'ISIT, et **Chrystel Folcher Bouby**, Chargée des relations avec le public-Jeunes au TCE, rapportent leurs fructueux échanges. Ainsi, la programmation du TCE a-t-elle gagné en visibilité – espérant ainsi cibler un public plus jeune – grâce au regard neuf et à l'expertise des étudiants de l'ISIT et d'autres écoles associées à ce projet ; quant à ces mêmes étudiants, ils ne pouvaient rêver plus beau terrain d'apprentissage et de valorisation de leurs compétences numériques, linguistiques et interculturelles.

« Nouvelle forme de narration qui a recours à l'utilisation de plusieurs médias développant un univers et racontant des histoires », le *transmedia storytelling* séduit les jeunes habitués aux interférences entre productions cinématographiques et jeux vidéo, mangas et réseaux sociaux – pour ne citer que quelques exemples – et il se prête avec bonheur aux échanges de compétences à l'œuvre dans le monde du travail.

Tout a commencé en 2016-2017 quand le TCE a lancé un dispositif transmedia autour de l'opéra *Le retour d'Ulysse dans sa patrie* de Monteverdi. Les étudiants se sont emparés avec enthousiasme et dextérité de cet univers mythologique foisonnant de personnages aux aventures fantastiques ; leurs divers talents se sont déployés dans plusieurs domaines.

Ainsi, les étudiants du Campus Fonderie de l'Image de l'Université Paris XIII, spécialisés en communication numérique, design interactif et projets multimédias, ont-ils créé une chaîne *Youtube*, la page *Facebook* et les comptes *Snapchat*, *Twitter* des per-

sonnages de l'Opéra ; sont également sortis de leur imagination l'*Hermès Mag*, journal en ligne des Dieux de l'Olympe et une BD numérique sur l'Odyssée. Les étudiants de l'École de Condé (design, digital, arts graphiques, photographies et métiers d'art) ont réalisé cinq livrets de l'Opéra intégrant de la réalité augmentée sur plusieurs thèmes, ainsi qu'une bande-dessinée et une exposition de sérigraphie sur la figure de Pénélope. L'École 42 (développement informatique) a fourni l'infrastructure permettant à tous les participants de partager leurs contenus et créations. Pénélope s'est vu dotée d'un blog, grâce aux élèves de l'École Supérieure du Digital, ainsi que d'un onguent, d'un parfum et d'un cocktail créés par les étudiants de l'École du parfum. Les étudiants du département théâtre et dispositifs inter-médias de l'Université Paris VIII ont suivi la création et testé plusieurs dispositifs mettant en valeur l'histoire du Théâtre des Champs-Élysées.

L'ISIT a traduit le dossier de presse ainsi que les contenus des blogs en différentes langues et même créé un blog interculturel. Les étudiants ont été amenés à réfléchir à la problématique de la traduction dans des univers de communication multimédia et multilingues, passant notamment de l'italien écrit du XVI^{e} siècle au français *twitter* contemporain, avec pour objectif de restituer de façon concise le registre de chaque personnage, recourant notamment aux GIF, émoticons et autres. Cet intéressant travail, tutoré par Ludovica Maggi, a donné matière à une conférence de cette enseignante-chercheuse à l'ISIT à l'occasion du *Congrès mondial de la traductologie* qui s'est tenu à l'Université Paris-Nanterre du 10 au 14 avril 2017.

Le français et l'italien se trouvent également au centre de l'étude traductologique à visée pédagogique d'**Ilaria Cennamo** qui s'interroge sur les stratégies de traduction des références et allusions culturelles. L'auteure prend le soin, dans un premier temps, de différencier les références culturelles des allusions culturelles avec pour critère le renvoi direct ou indirect. Le trait culturel représente trois grandes difficultés pour le traducteur, son identification, son interprétation et sa restitution dans la langue cible.

L'auteure décline son propos en trois parties. La première est consacrée aux caractéristiques du processus de traduction qui regroupe tout un ensemble de compétences hétérogènes et hiérarchisées selon le groupe PACTE (*Processus of the Acquisition of Translation Competence and Evaluation*) de l'Université autonome de Barcelone. Les théories neurocognitives ont prouvé également que dans ce processus de traduction intervenaient des éléments cognitifs tels que l'attention, le regard et la mémoire ou encore des éléments émotionnels. La deuxième partie traite de l'élément culturel en traduction en tant qu'enjeu de médiation interculturelle ; le traducteur doit procéder à une analyse du discours du texte source et faire preuve de biculturalisme. Ilaria Cennamo propose, dans la troisième partie, des stratégies de traduction culturelle en se basant sur trois théories : l'interprétative, la fonctionnaliste du Skopos et la théorie pragmatique de la pertinence, illustrant son propos avec des exemples tirés de films français et de leurs traductions en italien.

L'ouvrage s'achève sur les pages de **Djamella Berri** et de **Frederick Hadley** qui expliquent et illustrent, avec une passion bien compréhensible, le chemin parcouru pour mener à bien le projet d'envergure internationale d'ouverture du Louvre Abu Dhabi. Régisseurs d'œuvres au musée du Louvre à Paris, ils livrent une vision globale d'un

processus hors du commun, depuis sa gestation jusqu'à son inauguration en présence du Président de la République Française et des plus hautes autorités émiraties. De fait, la fonction de régisseur – centrale puisqu'elle touche au stockage et au transport des pièces dont le musée a la responsabilité – est relativement récente ; les premiers services de régie des œuvres à proprement parler datent de la création du Centre Georges Pompidou (1977) et de l'ouverture du Musée d'Orsay (1986). On assiste alors à la spécialisation des métiers de la culture et du patrimoine. Selon les auteurs, « la montée en puissance des régisseurs coïncide avec celle des fonctions supports et de nouvelles expertises (communication, médiation, conservation préventive…) ».

Le témoignage de Djamella Berri et de Frederick Hadley est particulièrement suggestif car – si l'ouverture d'un musée, prestigieux à bien des égards, suscite le plus vif intérêt – la personne non avertie tend à oublier la matérialité des œuvres, leur fragilité, les questions d'assurance, les conditions de transport, les formalités douanières. La régie d'œuvres est au cœur du montage final ; elle « coordonne, aux plans physique, documentaire, administratif, juridique et financier, les mouvements internes et externes des œuvres ».

Sous la plume des deux auteurs et collègues, le long processus prend vie depuis l'année 2005, quand le Louvre est approché pour apporter son expertise scientifique, jusqu'à son ouverture le 11 novembre 2017, en passant par l'arrivée des premières équipes à Abu Dhabi en 2013.

Défini par son architecte, Jean Nouvel, comme « le but d'une promenade urbaine, jardin sur la côte, havre de fraîcheur, abri de lumière le jour et le soir, […] sanctuaire », le Louvre Abu Dhabi multiplie les prouesses : dôme de 180 m de diamètre composé de 7 850 étoiles filtrant la lumière, luxe des marbres et des bois précieux. Mais, au-delà de sa beauté, il est le symbole d'une dynamique d'internationalisation croissante des pratiques des grands musées.

Ainsi, les Émiratis ont-ils repensé leurs alliances suite à l'éphémère annexion forcée du Koweït par l'Irak ; ils se sont tournés vers la France, un pays ouvert aux échanges de biens culturels. Et les auteurs de citer l'exemple de Malraux acceptant le voyage de la Joconde aux États-Unis en 1963 pour complaire au président Kennedy. « La culture permet d'avoir une influence au-delà de son rang économique et géopolitique. Il faut inventer une nouvelle grammaire de l'influence internationale et la culture en fait partie [2]. » De fait, la France prête beaucoup – 13995 œuvres prêtées et validées par le Service des Musées de France en 2017 – et a acquis une expertise en ce domaine.

Les expositions itinérantes, « clefs en main » ou « internationales », rapportent beaucoup d'argent, palliant ainsi la baisse des subventions publiques. En autorisant l'utilisation de la marque Louvre pour trente ans et six mois, le Musée du Louvre engrangera de juteux dividendes. Quant aux Émiratis, ils n'ignorent pas que l'implantation d'un musée de cette envergure ne manquera pas de dynamiser le tourisme et les infrastructures afférentes, sur le modèle de Bilbao, Marseille, Lyon…

2. Philippe Dagen et Cédric Pietralunga, « Macron et le soft power de l'art » in *Le Monde*, 12 avril 2018, n° 22783, p. 1 et 17. Cité par les auteurs.

3 Conclusion

André Malraux, par un décret de 1959, décide que l'État français doit rendre la culture accessible à tous. La même année, le ministère des Affaires culturelles est créé.

Depuis 2007, l'Agence France-Museum coordonne – suite à l'accord intergouvernemental entre le gouvernement d'Abu Dhabi et la France – treize musées prêteurs et quatre autres institutions. Elle accompagne les Émiratis dans leur prise d'autonomie et veille à la formation des personnels en contact avec les œuvres, en partenariat avec les Master de la Sorbonne Abu Dhabi ou avec les cours du Musée du Louvre.

L'UNESCO incite les États, au moment de fixer leurs priorités politiques, à prendre en compte la culture et à la protéger de la marchandisation.

Sont ainsi déclinées, dans ces pages, politiques culturelles publiques et privées : part des particuliers dans les activités artistiques et culturelles, subventions des États, prise en charge de la distribution des biens culturels par les médias. À pas feutrés, adulé, cajolé, le *soft power* conquiert les foules : les musées s'exportent ; les expositions voyagent à l'international ; les saisons croisées d'un pays à l'autre s'intensifient. Les contributeurs de cet opus passent en revue les moyens économiques, politiques et humains dont disposent les créateurs et les promoteurs des produits culturels d'un pays ; autant de réflexions, d'une part, sur les stratégies de communication nécessaires pour valoriser les biens culturels et développer des relations interpersonnelles et interculturelles et, de l'autre, sur les défis personnels, entre qualité des créations, retours sur investissements et audiences comme autant d'indicateurs d'efficacité.