



**HAL**  
open science

## Clivage des habitus et production des champs sociaux

Benoît Fliche

► **To cite this version:**

Benoît Fliche. Clivage des habitus et production des champs sociaux : l'exemple de l'esthétique anatolienne en Turquie. Kamel Chachoua. *L'Algérie sociologique, Hommage à Pierre Bourdieu*, CNRPAH, pp.193-207, 2012. halshs-00806790

**HAL Id: halshs-00806790**

**<https://shs.hal.science/halshs-00806790>**

Submitted on 25 Nov 2019

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

« Clivage des habitus et production des champs sociaux : l'exemple de l'esthétique anatolienne en Turquie », in Kamel Chachoua (dir.), *L'Algérie sociologique, Hommage à Pierre Bourdieu*, Alger CNRPAH, p.193-207.

## **Clivage des habitus et production des champs sociaux : l'exemple de l'esthétique anatolienne en Turquie**

**Benoît Fliche**

### **Un clivage des habitus**

Le concept d'habitus chez Bourdieu a fait couler beaucoup d'encre. Je ne reviendrai pas sur ce long débat (Héran 1987 ; Lahire 1998, Kaufmann 2001, Addi 2004) mais je retiendrai cependant que Bourdieu n'a jamais proposé une théorie unifiée du concept d'habitus (Héran 1987) et que l'on peut, à la suite de Jean-Claude Kaufmann, distinguer trois noyaux théoriques distincts (Kaufmann, 2001). Le premier se fonde sur l'idée d'un modèle fort et totalisant élaboré dans *Le sens pratique* (Bourdieu, 1980). L'habitus y est vu comme la « formule génératrice » qui détermine le « système de schèmes capable d'orienter les pratiques ». Il s'agit donc d'une entité abstraite (Kaufmann, 2001 : 137). Cette théorie se retrouve essentiellement dans ses études sur la Kabylie. Dans la seconde théorie, qui se retrouve davantage dans les travaux sur les sociétés aux formes de différenciations sociales importantes, l'habitus n'est plus que le produit de la structure. Celle-ci gouverne la pratique à travers l'habitus (Kaufmann, 2001 : 141). Enfin, Kaufmann distingue une troisième théorie où le monde social est comparé à un mobile de Calder : les univers se meuvent les uns par rapport aux autres dans un espace à plusieurs dimensions (Kaufmann, 2001 : 143). Les stratégies se définissent dans la rencontre entre l'habitus et une conjoncture particulière du champ. Elles dépendent de la position dans le champ et de la perception que les acteurs ont du champ. Ce repositionnement de l'habitus par rapport au champ opère un changement radical du point de vue théorique. Le champ est ici un espace de conflits et de mouvements : il structure l'habitus, mais celui-ci peut apparaître divisé (Kaufmann, 2001)

Cette représentation de l'habitus comme pouvant être sujet à une « division » sera mon point de départ. Les habitus sont multiples et non cohérents entre eux, comme le montre Lahire (1998, 2004). Lahire repart de la formule génératrice de Bourdieu en soulignant que ce dernier l'a forgée en étudiant une société paysanne traditionnelle à faible division du travail (1998 : 31). Il remarque que, dans une société différenciée, les individus sont soumis à différentes formes de socialisation. Il en conclut que « la cohérence des habitudes ou schèmes d'action que peut avoir intériorisés chaque acteur dépend donc de la cohérence des principes de socialisation auxquels il a été soumis. Dès lors qu'un acteur a été placé, simultanément ou successivement, au sein d'une pluralité de mondes sociaux non homogènes, et parfois même contradictoires, ou au sein d'univers sociaux relativement cohérents mais présentant, sur certains aspects, des contradictions, alors on a affaire à un acteur au stock de schèmes d'actions ou d'habitudes non homogène, non unifié et aux pratiques conséquemment hétérogènes (et même contradictoires), variant selon le contexte social dans lequel il sera amené à évoluer. [...] tout corps (individuel) plongé dans une pluralité de mondes sociaux est soumis à des principes de socialisation hétérogènes et parfois même contradictoires qu'il incorpore » (Lahire 1998 : 35). Nous rejoignons ici une conception très proche de celle de Norbert Elias (1991).

Poursuivant cette piste des clivages des habitus, Lahire propose d'appréhender la consommation culturelle par une sociologie effectuée à une échelle de l'individu (Lahire :

« Clivage des habitus et production des champs sociaux : l'exemple de l'esthétique anatolienne en Turquie », in Kamel Chachoua (dir.), *L'Algérie sociologique, Hommage à Pierre Bourdieu*, Alger CNRPAH, p.193-207.

2004). *La culture des individus* est un ouvrage essentiel, tout d'abord parce qu'il permet une relecture de *La distinction*. Il met ensuite en relief que la frontière entre culture « légitime » et « illégitime » se retrouve à un niveau infra-individuel. Les individus présentent des profils dissonants, composés de pratiques non cohérentes entre elles. Cette hétérogénéité des habitus oblige à dépasser une lecture uniquement en termes de classe sociale des sociétés fortement différenciées. Cela ne veut nullement dire qu'elles ne soient pas soumises à une puissante « cardinalisation » normative : preuve en est l'impératif de la différenciation individuelle qui se traduit dans un souci constant de distinction interindividuelle. Lahire montre ici qu'il ne se suffit pas ici de faire une sociologie des « goûts des autres » mais que cela passe par l'analyse des processus de distinction de soi qui s'appuient sur des « luttes de soi contre soi » (2004 : 680).

Mon propos sera ici de montrer, dans un premier temps que nous retrouvons ce clivage interindividuel des habitus au sein des groupes sociaux en Turquie. De là naissent des tensions et des dynamiques culturelles qui, s'appuyant sur des logiques de distinction, conduisent à des transformations centrales des habitus au niveau des groupes sociaux. Ces transformations d'habitus peuvent conduire à la formation de nouveaux champs sociaux.

### **Les groupes ne sont plus porteurs d'habitus homogènes**

La société turque n'échappe pas à ce constat de l'hétérogénéité des socialisations et des clivages des habitus inter et intra individuels. En effet, depuis les années soixante-dix, nous observons une nette différenciation des socialisations secondaires entre des individus issus des mêmes groupes sociaux, notamment en raison des migrations massives. Depuis quarante ans, la Turquie se caractérise par la migration des campagnes en ville et vers l'étranger. En 1970, plus de 60 % de la population turque était rurale ; trente ans plus tard, le rapport est inversé : près de 70 % de la population vit aujourd'hui en ville. Par ailleurs, ce que l'on a aujourd'hui coutume d'appeler la « Turquie de l'extérieur », ou la 68<sup>ème</sup> province de Turquie (De Tapia, 2005), représente près de 5% de la population de la République de Turquie : il est très rare qu'une famille turque n'ait pas au moins un de ses membres à l'étranger, principalement en Europe.

La migration a mis en relation des espaces aussi hétérogènes que les villages, les mégapoles anatoliennes et les banlieues de l'Europe. Cette mise en archipel de lieux différents engendre au quotidien des dynamiques culturelles. L'expérience migratoire n'est pas seulement pourvoyeuse de devises et de fonds ; elle introduit aussi des changements dans l'esthétique quotidienne de la société de départ -- au sens que lui donnait Leroi-Gourhan (1956 a et b, 1966, 1968). Exemple parmi tant d'autres, cette anecdote de terrain en 2000 dans un village de Yozgat (Anatolie centrale). A cette époque la Turquie était à l'heure du café hydrosoluble. Que cela soit à Istanbul ou dans la capitale, il était pratiquement impossible de trouver un café « filtre » ou un espresso et je n'escomptais pas en prendre un dans cette région réputée arriérée. Quelle ne fut pas ma surprise lorsque lors d'un entretien chez un agriculteur, je vis venir une cafetière à « filtre » ! Ce que je n'avais pas pu trouver à Istanbul, on me l'offrait sur un plateau de cuivre... Il ne provenait pas de Sorgun, la sous-préfecture toute proche, ni d'Ankara, mais d'Allemagne, importé par le fils deux mois auparavant. S'il a souvent été remarqué que les migrants reconstruisent un environnement familial rappelant celui du pays d'origine (cf Appadurai 2001), il est plus rare que l'on observe précisément comment ces mêmes migrants sont des innovateurs esthétiques dans leurs pays d'origine. Cela est particulièrement vrai en Turquie où, voulant démontrer leur ascension sociale, ils

« Clivage des habitus et production des champs sociaux : l'exemple de l'esthétique anatolienne en Turquie », in Kamel Chachoua (dir.), *L'Algérie sociologique, Hommage à Pierre Bourdieu*, Alger CNRPAH, p.193-207.

introduisent des objets, des goûts et des modes de consommation différents. Cette question peut paraître anodine ou mineure, pourtant elle est fondamentale puisqu'elle pose celle des dynamiques des transformations des habitus. Ces dynamiques reposent sur le fait que les matrices de socialisation se sont considérablement diversifiées avec les mouvements migratoires : les individus d'un même lignage, d'un même village ou d'un même quartier vivent des socialisations très différentes, ce qui conduit à des clivages d'habitus interindividuels forts à l'intérieur de ces groupes sociaux.

J'analyserai ici comment évoluent des habitus au sein du groupe de personnes issues d'un même village qui, lorsqu'elles ont migré en ville, se sont installées dans ce que l'on appelle les quartiers de *gecekondu* (litt. « Posé dans la nuit » quartier auto-construit) (Fliche 2007). Pour ce faire, j'ai préféré, dans le cadre de cet article, me concentrer sur l'émergence et la valorisation de formes esthétiques « néo-rurales », « anatoliennes ». Pourquoi ? Parce qu'inscrits dans une logique de distinction avec les villageois, ces urbains étaient jusqu'alors dans un déni esthétique de leur passé villageois. Le décorum des intérieurs devait signifier leur urbanité et leur « modernité ». Apparaissent, à partir du début des années 2000, des objets rappelant le village. Leurs introducteurs sont ces *almanci*, migrants d'Allemagne ou d'Europe, qui ont connu d'autres socialisations. Ces derniers impulsent des retours symboliques et physiques vers les villages d'origine, après une vie passée entre la Turquie et l'Europe. Or, ces retours ne sont pas sans conséquence. Nous verrons à travers un exemple précis de réinvestissement d'un village, qu'il y a reconstitution d'un champ social concurrentiel et conflictuel. Autrement dit, les changements et les clivages des habitus interindividuels peuvent conduire à la (re)formation d'un champ social.

### **Un environnement urbain « néo-ruraliste »**

Avant de chercher dans les dynamiques des habitus les causes de ces chamboulements esthétiques, il nous faut revenir sur le terreau sur lequel ils s'appuient. Cet engouement ruraliste prend appui sur un long processus commencé sous la République avec la « folklorisation » des cultures paysannes par l'Etat, par certains mouvements politiques et par les acteurs du tourisme.

La folklorisation<sup>1</sup> de la culture rurale anatolienne est à chercher dans la montée du nationalisme turc que connaît l'Empire ottoman à son déclin. Elle prend toute son ampleur avec la fondation de la République de Turquie. En effet, avec Mustafa Kemal, on passe d'un Empire dont la légitimité se fonde sur le religieux à un Etat-nation qui doit en inventer un autre ciment social (Georgeon 1995, Öztürkmen 1998). Forger une identité nationale devient alors une nécessité et, à l'instar de bon nombre de pays européens, on se tourne vers le monde

<sup>1</sup> La différence entre « folklorisation » et « patrimonialisation » est ténue. Ce qui distingue ces deux termes est sans doute que la folklorisation participe d'un procédé de « mythification », en ce sens où elle revêt des formes lourdes de « motivations » (Barthes, 1957 : 199), mais aussi qu'elle se particularise par une mise en spectacle de ses formes. La folklorisation est avant tout une démonstration spectaculaire publique : son objectif premier réside dans ce « spectacle ». J'entends par « patrimonialisation » le mouvement par lequel un groupe, ou un individu, place un bien matériel ou immatériel « en héritage ». Le mot même de « patrimoine » désigne le stock de biens culturels reconnu par un groupe (ou un individu) comme héritage. Je parle de folklore et de « folklore ». Cette mise entre guillemets a pour objectif de différencier nettement la discipline scientifique des objets issus des procédés mythificateurs.

« Clivage des habitus et production des champs sociaux : l'exemple de l'esthétique anatolienne en Turquie », in Kamel Chachoua (dir.), *L'Algérie sociologique, Hommage à Pierre Bourdieu*, Alger CNRPAH, p.193-207.

rural ; le « paysan » turc n'échappant pas aux projections de l'élite intellectuelle en quête d'« authenticité ». L'objectif est clairement énoncé : il s'agit de constituer une culture nationale enracinée dans la terre anatolienne.

Dans les années soixante-dix, le nationalisme n'est plus le seul agent de cette folklorisation ; les coutumes populaires servent à l'établissement d'un autre patrimoine, financier celui-ci, par le biais de sa commercialisation. Les acteurs du tourisme commencent à y voir une source de revenus, si bien qu'en 1972, des cours de « folklore » sont intégrés dans le cursus de l'Ecole Supérieure d'Enseignement du Tourisme et du Commerce. Cette récupération pour des objectifs commerciaux reste circonscrite au secteur touristique durant vingt ans. La logique reste la même : sont privilégiées les formes culturelles susceptibles d'être mises en spectacle, c'est-à-dire « folklorisables ».

Impulsée du « haut », cette folklorisation est très largement tournée vers l'autre, l'étranger. Sous la dictée d'une « élite », les cultures rurales sont appréhendées à travers ce filtre de la démonstration spectaculaire. Nous avons affaire à une mythification méthodique des cultures rurales, *via* la folklorisation.

Dans les années quatre-vingt dix, ces folklorisations pour « touristes » vont donner le jour à des formes des changements esthétiques ne passant pas par des relais étatiques. On peut suivre assez précisément la généalogie de ce phénomène à Istanbul où tout est vraisemblablement parti d'un restaurant (*Cennet* - paradis) situé dans le quartier touristique de Sultanahmet.

Dans un décor surchargé d'objets ruraux, tels des fourches, des roues, des kilims usés, ce restaurant propose des plats issus de la cuisine rurale comme les *mantı* (ravioli) ou des *gözleme* (sorte de crêpes). C'est après un voyage dans la région de Bodrum que les propriétaires ont eu l'idée d'ouvrir ce restaurant. L'endroit – situé à côté de la mosquée bleue – indique bien que l'objectif n'était pas de capter les Turcs mais les touristes étrangers. Or, un an après l'ouverture de ce restaurant (1992), un second restaurant (*hala*, tante paternelle), fondé sur le même principe, est inauguré dans le quartier de Beyoğlu. A cette époque l'ancien quartier de Péra était considéré comme mal famé. Peu à peu se développe une vie nocturne impulsée par une jeunesse issue des mouvements de gauche et souvent originaires du Sud-est. S'ouvrent alors des *türkü bar*. Le changement de décor avec les bars classiques turcs est radical, puisque le décor se veut rural : il cherche à recréer une ambiance villageoise avec l'exposition de *kilim*, l'utilisation de tables basses et de tabourets. Les chants sont issus du répertoire populaire « traditionnel », en grande partie celui constitué par la République à ses débuts et revisités par les mouvements de gauche et alévistes. Si les instruments sont « traditionnels », comme le *saz*, ils sont tout de même branchés sur amplificateur (*elektrosaz*) et sont souvent mêlés à des instruments plus « rock » comme la batterie ou la guitare électrique. On vient y boire du *rakı* ou de la bière, tout en écoutant des chansons qui rappellent le « pays », alors même que cela fait des dizaines d'années que l'on n'y est pas retourné.

Cette esthétique « anatolienne » s'est diffusée dans les grandes villes, au grand désespoir des vieux stambouliotes qui y voient là un indice de la « villagisation » de l'urbain (Pérouse 2004, Fliche 2004).

« Clivage des habitus et production des champs sociaux : l'exemple de l'esthétique anatolienne en Turquie », in Kamel Chachoua (dir.), *L'Algérie sociologique, Hommage à Pierre Bourdieu*, Alger CNRPAH, p.193-207.

## Logiques distinctives et innovateurs esthétiques

Cette esthétique ruraliste ne s'est pas limitée à quelques quartiers « branchés » des grandes métropoles. Elle s'est peu à peu diffusée à l'ensemble de l'espace urbain. Ainsi, elle a commencé à « envahir » les façades des immeubles, au début des années 2000, avec d'immenses « mosaïques » murales reproduisant des kilims « anatoliens ».

L'esthétique anatolienne « néo-rurale » est sortie de l'espace public pour peu à peu entrer dans les intérieurs, finissant par s'installer dans les salons des *gecekondu*, alors même, comme nous l'avons dit en introduction, que l'esthétique dominante visait à signifier la « modernité » et non la « ruralité », synonyme d' « arriération ». Les habitants des *gecekondu* voyaient jusqu'à peu ces manifestations de ruralisme comme du « folklore » destiné aux touristes. Et ils se seraient bien gardés de disposer chez eux tout objet rappelant leurs origines rurales.

Ce changement de perception esthétique peut s'expliquer par l' « imprégnation culturelle » que produit l'environnement urbain – on n'échappe pas à la mode. Cependant une observation fine et sur du long terme, au niveau d'un quartier, montre que ce phénomène repose sur le clivage des habitus entre migrants d'Allemagne et habitants d'Ankara, associé à des logiques de distinction. Je m'appuierai donc ici sur un terrain effectué à Ankara de 2000 à 2007.

Ces anciens ruraux de la région de Yozgat ont quitté leur village au début des années soixante-dix. Les départs furent si massifs que le village disparut totalement. Installés dans un quartier de *gecekondu* d'Ankara ou en Europe, ces anciens paysans connaissent une ascension sociale importante. Cependant, certains utilisent l'ascenseur tandis que d'autres prennent l'escalier : des différences de trajectoires importantes font jour selon leur passage ou non par la migration internationale ou/ et par l'école.

Ces ankariotes entendaient signifier leur « modernité » et leur ascension sociale dans leur esthétique quotidienne. Que ce soit la télévision – les premières furent toutes achetées grâce à l'argent de la migration en Europe – et son meuble (la *vitrin*), la table basse à roulettes, les deux canapés disposés en L, les tapis de fabrication industrielle, ou encore les services à thé « anglais » exposés dans la *vitrin*, tout était là pour signifier leur « modernité » et leur urbanité.

Jusqu'à récemment, les objets « modernes » de leurs salons étaient porteurs d'une forte charge distinctive – il s'agissait bien de marquer la différence entre l'urbain et le rural, entre eux et ceux restés au *memleket* (« pays », région d'origine). Les *yastık* (grands coussins) faits main qui faisaient partie du trousseau de la mariée au village, les dessus brodés, les kilims, tous les objets désignés par l'adjectif « *antika* » (« antiques ») étaient mis au placard. Les *displays* d'objets étaient entièrement issus des catalogues des grands magasins, autant d'expressions de l'adhésion à l'idée de « modernité ».

Pourtant à partir des années 2000, au milieu de cette atmosphère esthétique, apparaissent çà et là des objets « villageois » qui rompent avec la « modernité » de l'esthétique du salon : *patık* (pantoufles en laine), gants, des sacs, kilims. Ils sont désignés par les informateurs comme « *gerçek* » (véritables) ou « *otantik* » (« authentique »). Leur charge

« Clivage des habitus et production des champs sociaux : l'exemple de l'esthétique anatolienne en Turquie », in Kamel Chachoua (dir.), *L'Algérie sociologique, Hommage à Pierre Bourdieu*, Alger CNRPAH, p.193-207.

mnésique, évidente, est assumée : il s'agit de se souvenir « d'avant », de la vie au village, que ces objets soient issus du patrimoine familial ou acquis récemment chez un brocanteur. On extirpe le vieux kilim du placard pour le mettre au mur, on interdit à sa mère de jeter les vieux *yastık*. Cet engouement pour l'esthétique néo-rurale amène parfois à la création d'un véritable petit musée, d'un *şark odası* (chambre orientale) ou, plus modeste, d'un *şark köşesi* (un coin oriental).

Ce phénomène trouve sa source chez les migrants d'Europe, innovateurs esthétiques centraux en Turquie. Prenons ici l'exemple de Bektaş. Cet ancien maçon a travaillé près de trente ans en France. Il rentre définitivement en Turquie en 1997, suite à une grave crise professionnelle et personnelle. Il décide alors, à l'incompréhension générale de son entourage, de s'installer dans le village, lieu entièrement déserté. Malgré les quolibets, il mène son entreprise à bout, fait construire une superbe maison remplie de kilims et d'objets « *antika* ». Sa collection s'étend de la charrette au filet à chanvre en passant par l'araire. Lors de son installation, son goût pour le rustique va trop loin pour beaucoup : il a en effet laissé les pierres de Nevşehir et les poutres de sa maison apparentes, ce qui déplaisait à la majorité des visiteurs qui préféreraient voir recouvertes ces disparités par un crépi immaculé et une belle dalle en béton blanche parce que « comme ça, ça ne fait pas fini ». Cinq ans plus tard, ces critères de beau ne sont plus aussi pertinents et, ceux-là même qui le dénigraient, le félicitent pour avoir laissé les poutres et les pierres apparentes, parce que cela fait plus « authentique ».

Il y a donc émergence d'une esthétique particulière. Le « vieux », le « passé », l'« authentique » deviennent désormais un critère du beau. « Avant, on pensait que c'était pour les touristes, me dit un informateur. Maintenant, on comprend que l'on peut mettre ça chez soi ». L'exposition de cette esthétique indique donc un changement de perception par rapport à l'esthétique villageoise d'origine. Nous sommes en présence, avec cette utilisation des formes « villageoises » héritées, d'un phénomène de patrimonialisation d'objets « par le bas » et non par l'élite comme c'était le cas jusqu'à présent en Turquie.

Cette prise de conscience patrimoniale s'observe d'abord chez les acteurs ayant vécu à l'étranger jeunes et qui ont connus l'engouement esthétique pour le « vieux » et l'« authentique » en Europe. Une partie de leur goût esthétique s'est donc construit durant cette socialisation secondaire qu'est l'expérience migratoire. A ce groupe de collectionneurs s'ajoutent ensuite les personnes nées ou arrivées très jeunes à Ankara qui ont fait des études universitaires et qui connaissent une nette ascension sociale<sup>2</sup>.

Adopter cette esthétique néo-rurale s'inscrit dans une logique de différenciation sociale : « Il faut être cultivé pour comprendre que cela a de la valeur, explique une informatrice. Tu vois ça dans les quartiers un peu plus riches mais chez nous, ce n'est pas encore ça. Ils ne savent pas que cela a de la valeur ». Cette esthétique participe donc d'une volonté de distinction.

Ensuite elle connaît un mode de diffusion par imitation. Il s'agit d'acquérir les biens de consommation de son milieu social, sous peine de se voir déclasser socialement. En définitif, nous pouvons dire que pour prouver que l'on n'est pas un « ignorant », un *cahil*, c'est-à-dire un *köylü* (un « paysan ») puisque l'on accorde de la valeur au passé, il faut rappeler et exposer son passé paysan. Cette dynamique sociale alimentée par la concurrence, la distinction et l'imitation explique en partie comment le cadre de perception esthétique a évolué durant ces dix dernières années. Dans une perspective proche de celle de *La distinction*

<sup>2</sup> Cela se traduit, depuis cinq ans, par la création des sites web des villages d'origine par les migrants (Güler-Parlak et Yıldız, 2008).

« Clivage des habitus et production des champs sociaux : l'exemple de l'esthétique anatolienne en Turquie », in Kamel Chachoua (dir.), *L'Algérie sociologique, Hommage à Pierre Bourdieu*, Alger CNRPAH, p.193-207.

(Bourdieu 1979), nous pourrions dire que l'évolution des habitus s'explique par la structuration du champ social dans lequel elle prend place. Mais, cette évolution trouve sa source dans l'hétérogénéité des socialisations que connaissent les individus d'un même groupe.

Le second point que nous avancerons ici est que l'évolution des habitus induit des changements au niveau du champ social.

### **Transformation des habitus et production des champs sociaux**

Dans le cas qui nous concerne, ce changement d'esthétique n'est pas un phénomène mineur puisqu'à sa suite, va se produire un mouvement de retour vers le village d'origine. Ce mouvement de retour est d'autant plus étonnant que ce lieu avait totalement été abandonné trente ans auparavant. Personne n'avait l'intention d'y revenir jusqu'en 1997, date à laquelle cet ancien migrant de France, Bektaş, décide de reconstruire une maison pour y passer sa retraite. Le village renaît alors de ses cendres.

En démontrant qu'il est possible de vivre confortablement au village, d'avoir accès à l'eau courante, l'électricité, la télévision, Bektaş contribue à renverser les aspects négatifs de la vie au village pour mettre en valeur les aspects positifs. Il permet ainsi une prise de conscience esthétique. En repartant au village, il cherche à démontrer que la réinstallation est possible et qu'une maison au village peut être aussi confortable qu'un *gecekodu*.

Avec cette démonstration, le retour au village, comme choix esthétique de vie, devient envisageable pour beaucoup d'anciens villageois. Se met en place une dynamique de valorisation et de réinvestissement de ce village qui prend alors plusieurs formes : reconstruction de maisons – en béton et non en terre sèche –, plantation d'un bois, aménagement du *tekke* (lieu saint), restauration du cimetière, etc. Plusieurs anciens villageois y reconstruisent une maison de vacances. Le village devient un village de vacances.

Bien sûr, ne retourne pas au village qui veut. Là encore, les migrants marquent la différence d'avec ceux qui ne sont pas partis à l'étranger. Sur la quinzaine de familles qui se sont réinstallées, seulement trois ne sont pas allées en Europe. Le retour nécessite un investissement financier important (au minimum 10 000 €). Ce prix fait reculer ou hésiter beaucoup d'ankariotes. Il établit surtout une distinction nette entre ceux qui ont connu une belle promotion sociale *via* la migration – ou l'accès à un bon emploi – et les autres. Il y a là une ironie de l'histoire migratoire. Trente ans auparavant, rester au village signifiait que l'on n'avait pas les moyens de le quitter et partir prouvait que l'on était assez riche pour tenter l'aventure migratoire. Aujourd'hui, nous sommes dans la situation inverse : pouvoir rester au village est l'une des façons d'afficher sa réussite, et ne pas réussir à y revenir montre que l'ascension a été moins forte que pour les autres.

Pourquoi retourner au village et ne pas s'installer ailleurs lorsque l'on a le luxe de choisir ? Tout d'abord, avoir l'argent pour pouvoir investir dans le village ne signifie pas que l'on en ait assez pour pouvoir investir ailleurs. Ensuite, il y a incontestablement un « goût » du village. Ce goût s'enracine dans plusieurs logiques. Les personnes interrogées répondent en vantant invariablement la qualité de l'air, de l'eau, l'absence de pollution, l'excellence de l'alimentation. Cependant d'autres critères liés à la sociabilité rentrent aussi en ligne de compte, comme le « bon voisinage ». A cela s'ajoutent des qualités de décontraction, que l'on



« Clivage des habitus et production des champs sociaux : l'exemple de l'esthétique anatolienne en Turquie », in Kamel Chachoua (dir.), *L'Algérie sociologique, Hommage à Pierre Bourdieu*, Alger CNRPAH, p.193-207.

ne trouve pas ailleurs. On retrouve ici une représentation néo-rurale de la campagne où tout n'est qu' « ordre et beauté, luxe, calme et volupté ».

Le village est aussi le lieu d'une esthétique gustative. Beaucoup ramènent des sacs entiers de provisions. Ces denrées sont considérées comme meilleures et introuvables ailleurs. Ainsi ce fromage *çökelek3*, ou encore cette sorte de blé spécifique, le *yarma*, moins productif mais plus goûté que l'on utilise uniquement pour le *bulgur*, sont des produits du village, recherchés et goûtés, que l'on envoie à la famille jusqu'en Allemagne.

Enfin, l'un des facteurs les plus importants – mais le moins explicite – d'installation est l'affectif. Lorsque l'on analyse le portrait des vacanciers qui retournent au village, on se rend compte qu'ils l'ont tous quitté alors qu'ils étaient adultes, entre quinze et vingt ans. Ce n'est pas là une question de génération puisque nous avons des « retournants » de différentes générations. La sensibilité villageoise se retrouve essentiellement chez ces personnes qui ont migré à la fin de l'adolescence. Les migrants qui sont partis plus âgés ou plus jeunes éprouvent beaucoup moins ce besoin de retour. On peut sans doute l'expliquer par un choc plus violent du départ, même si plus désiré. Ces personnes qui retournent au village ont généralement vécu une double rupture : ils sont partis du village, mais aussi du cadre familial pour aller parfois jusqu'en Europe, le départ correspond avec l'entrée dans la vie adulte et la séparation avec le milieu familial.

Certains enfants construisent des maisons pour leurs parents, considérant le village comme l'endroit idéal pour que leurs parents passent leur retraite l'été ; l'hiver, ils rentrent en Europe ou à Ankara. Ces retraités ne vont pas au village contre leur gré, mais bien parce qu'ils aiment ça, comme cet ancien poissonnier qui, malgré trois opérations sérieuses, trouve plus plaisant d'aller se promener sous la pluie pour tailler ses arbres et bêcher son jardin que de rester au chaud dans un café d'Ankara à jouer au *tavla*. Cette fonction du village comme lieu de retraite se retrouve ailleurs en Anatolie, notamment dans la région de Tokat (Shankland 2003).

Ces changements d'habitus ne sont pas sans conséquence sur la configuration sociale dans lesquels ils se produisent. Ainsi cet engouement esthétique pour le village s'est traduit dans la création d'une association qui a mené plusieurs actions pour l'embellir (plantation d'un bois, aménagement d'un coin pique-nique près du *tekke* etc.). Elle a aussi mis en place plusieurs activités d'entraide (notamment lors des décès), des activités « culturelles » (« soirées du village », avec groupe folklorique dansant les danses rituelles passées), et des pique-niques annuels au village. Remarquons que là encore les anciens migrants jouent un rôle important puisque ce sont les principaux initiateurs de cette mobilisation collective (Fliche 2005).

La création de cette association a pour conséquence la recomposition d'un réseau de villageois qui pense avoir droit au chapitre sur le village. L'opinion des autres « villageois », même s'ils n'ont pas réinvestis le village et s'ils ne pensent pas le faire, joue un rôle fondamental dans son développement. Les *dedikodu* émis par le « village » (c.a.d le réseau

3 Ce fromage villageois que l'on ne trouve pas en ville, est poudreux à base de lait écrémé : il est tassé en couches alternées avec du fromage blanc (*beyaz peynir*) dans une cruche en terre, dans une proportion de un pour trois. Il est fabriqué aux mois de mai-juin. On dépose ensuite en terre le pot en terre en le renversant et on le laisse six mois comme cela. Ce fromage est consommé l'hiver, alors que l'on consomme l'été plus volontiers du fromage frais.

« Clivage des habitus et production des champs sociaux : l'exemple de l'esthétique anatolienne en Turquie », in Kamel Chachoua (dir.), *L'Algérie sociologique, Hommage à Pierre Bourdieu*, Alger CNRPAH, p.193-207.

des villageois) redeviennent performants. Un réseau villageois porteur de normes *via* les *dedikodu* s'est remis en place. Il fonctionne sur les mêmes modes qu'avant et il influence ce qui se passe au village. On voit ici comment le réinvestissement de certains dans le village devient l'affaire de tous.

Les conséquences de ce réinvestissement ne s'arrêtent pas à cela : quatre ans après son début, on dénombrait une vingtaine de procès. Un record qui ne cessait d'étonner le sous-préfet, ainsi que le président du tribunal : « comment est-ce possible ? Qu'est ce qui se passe dans ce village ? Jamais je ne suis allé autant dans un village ! ». Ces procès s'expliquent essentiellement par les vives tensions entre lignages réanimées après trente ans de sommeil. Ces dernières arrivent à leur paroxysme lors de la fête du village d'août 2001 organisée par l'association. Depuis 1998, cette fête se déroulait au village. En 2001, en raison des différents procès et des innombrables tensions entre les familles, elle se termine par plusieurs bagarres. De retour à Ankara, la tension règne au sein du réseau villageois ; l'année suivante, en juillet 2002, le bureau de l'association de village décida de ne pas faire le pique-nique au village, mais dans un parc national non loin d'Ankara.

Le village recrée donc des conflits à l'intérieur du réseau villageois : il devient de nouveau un espace de discordes, de confrontations, de rapports de force, voire de bagarres. Le village redevient l'enjeu central d'un champ social conflictuel. Or, à la base de ce renouveau d'intérêt, il y a cet engouement esthétique pour un village que tout le monde percevait comme déplaisant, jusqu'à ce qu'un migrant le « re-trouve » beau.

## **Conclusion**

La conclusion de cet article sera concise et pourra se formuler ainsi : soumis à des changements importants (comme la migration), les matrices de socialisations se diversifient et produisent des individus ayant des dissonances intra et interindividuels. De ces dissonances, naissent des dynamiques culturelles originales – comme l'engouement esthétique pour le rural – qui, prises dans les mailles des logiques distinctives, conduisent à des transformations sensibles des habitus d'autrui. Dernière étape, cette transformation des habitus produit des configurations sociales conflictuelles ; ils contribuent, par effet retour, à la dynamique de fabrication des champs sociaux.

## **Bibliographie**

- Addi (Lahouari), 2002, *Sociologie et anthropologie chez Pierre Bourdieu. Le paradigme anthropologique kabyle et ses conséquences théoriques*, Paris : La Découverte.
- Appadurai (Arjun), 2001, *Après les colonialismes. Les conséquences culturelles de la globalisation*, Espagne : Petite Bibliothèque Payot.
- Barthes (Roland), 1970, *Mythologies*, Paris : Seuil.
- Bourdieu (Pierre), 1979, *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris : Les Editions de Minuit.

« Clivage des habitus et production des champs sociaux : l'exemple de l'esthétique anatolienne en Turquie », in Kamel Chachoua (dir.), *L'Algérie sociologique, Hommage à Pierre Bourdieu*, Alger CNRPAH, p.193-207.

Bourdieu (Pierre), 1980, *Le sens pratique*,

Bourdieu (Pierre), 1980, *Le sens pratique*, Paris : Editions de Minuit.

De Tapia (Stéphane), 2005, *Migrations et diaspores turques. Circulation migratoire et continuité territoriale (1957-2004)*, Paris-Istanbul : Maisonneuve et Larose-Institut Français d'Etudes Anatoliennes.

Elias (Norbert), 1991, *La société des individus*, Paris : Fayard.

Fliche (Benoit), 2004, « « La modernité, elle est en bas » : ruralité, urbanité chez les habitants d'un *gecekondu* d'Ankara », in *European Journal of Turkish Studies*, Thematic Issue n°1, *Gecekondu*, URL : <http://www.ejts.org/document67.html>.

Fliche (Benoit), 2005, "The *hemşehrilik* and the village: the stakes of an association of former villagers in Ankara", *European Journal of Turkish Studies*, Thematic Issue N°2, Hometown Organisations in Turkey, URL : <http://www.ejts.org/document385.html>.

Fliche (Benoit), 2007, *Odyssées turques. Les migrations d'un village turc*, Paris : CNRS.

Georgeon (François), 1995, *Des Ottomans aux Turcs : naissance d'une nation*, Istanbul : Isis.

Güler-Parlak (Zuhal) et Yıldız (Mete), 2008, *İnternet'teki Köyler: Hazırlayanlar, Kullananlar ve İşlevlerin Analizi*, Ankara : Turhan Kitabevi Yayınları.

Héran (Jean-François), 1987, « La seconde nature de l'habitus », *Revue française de sociologie* XXVIII, p. 385-416.

Kaufmann (Jean-Claude), 2001, *Ego, Pour une sociologie de l'individu*, Paris : Nathan.

Lahire (Bernard), 1998, *L'homme pluriel, les ressorts de l'action*, Paris : Nathan.

Lahire (Bernard), 2004, *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, Paris : La Découverte.

Leroi-Gourhan (André), 1956 a, « Les domaines de l'esthétique » in *L'Homme, races et mœurs*, Paris : Encyclopédie Clartés, fasc. 4860, 12p.

Leroi-Gourhan (André), 1956 b, « La vie esthétique », in *L'Homme, races et mœurs*, Paris : Encyclopédie Clartés, fasc. 4505, 6 p.

Leroi-Gourhan (André), 1966, *Le geste et la Parole*, vol II, Paris : Albin Michel.

Leroi-Gourhan (André), 1968, « L'expérience ethnologique » in *Ethnologie générale, Encyclopédie de la Pléiade*, Paris : Gallimard, p. 1816-1825.

Maffi (Irène), 2006, « La patrimonialisation en Jordanie », *Socio-Anthropologie*, N° 19, Les Mondes du Patrimoine, [En ligne], mis en ligne le 31 octobre 2007. URL : <http://socioanthropologie.revues.org/document583.html>

Öztürkmen (Arzu), 1998, *Türkiye'de folklor ve milliyetçilik* [Le folklore et le nationalisme en Turquie], Istanbul : İletişim.

Pérouse (Jean-François), 2004 'Les tribulations du terme *gecekondu* (1947-2004) : une lente perte de substance. Pour une clarification terminologique.', *European Journal of Turkish Studies*, Thematic Issue N°1 , *Gecekondu*, URL : <http://www.ejts.org/document117.html>

Shankland (David), 2003, *The Alevi in Turkey. The emergence of a secular islamic tradition*, London and New-York: Routledge Curzon.

« Clivage des habitus et production des champs sociaux : l'exemple de l'esthétique anatolienne en Turquie », in Kamel Chachoua (dir.), *L'Algérie sociologique, Hommage à Pierre Bourdieu*, Alger CNRPAH, p.193-207.