

L'homme et la société

Le patrimoine industriel

Entre mémoire des lieux
et marketing de la mémoire

Que devient le bâti des anciennes usines ? Un « patrimoine industriel » soumis à la logique marchande, un « produit » que sa nouvelle dimension idéale réduit à être le vecteur d'une identité territorialisée sur un marché de « biens culturels ». En fonction du choix opéré pour valoriser le site — reconversion pour accueillir le siège des entreprises, ou transformation en musée ou autre lieu de mémoire, ou même en parc de tourisme et de loisirs —, la communication rend vie à un passé nécessairement simplifié, avec des raccourcis et des oublis.

Les contributions de notre dossier se concentrent sur une question centrale : la part que joue l'histoire sociale dans la réinterprétation et la représentation des lieux sauvegardés à l'intention du grand public. Le but est de mieux comprendre les critères qui motivent le choix des sites et des objets à « patrimonialiser » et de montrer quelle vision de l'histoire ce patrimoine est censé transmettre.

Couverture : Centrale Montemartini, via Ostiense, Rome, Italie (Massimo Preite).

ISBN : 978-2-343-04576-4
24 €



192

Coordonné par
Margaret Manale

Le patrimoine industriel
Entre mémoire des lieux et marketing de la mémoire

L'homme
et
la société

H
2014/2

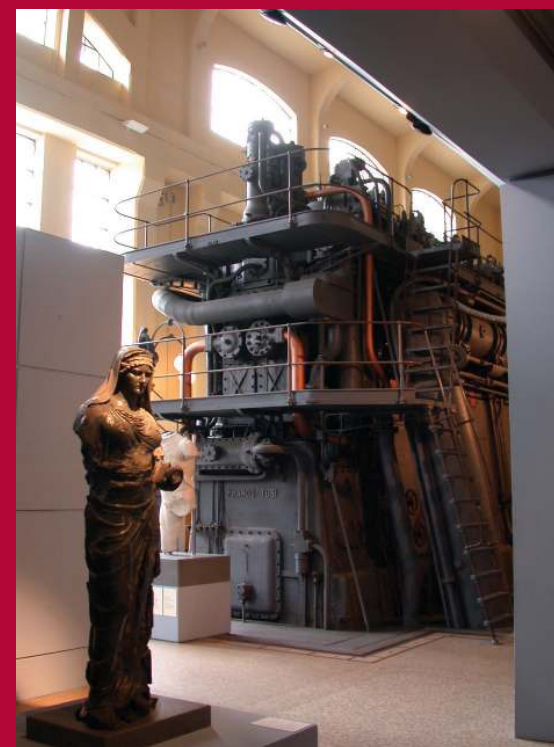
Publié avec le concours du
C.N.L. et du C.N.R.S.

L'homme et la société

Revue internationale de recherches et de synthèses en sciences sociales

Le patrimoine industriel

Entre mémoire des lieux et marketing de la mémoire



COORDONNÉ PAR
Margaret Manale

L'Harmattan