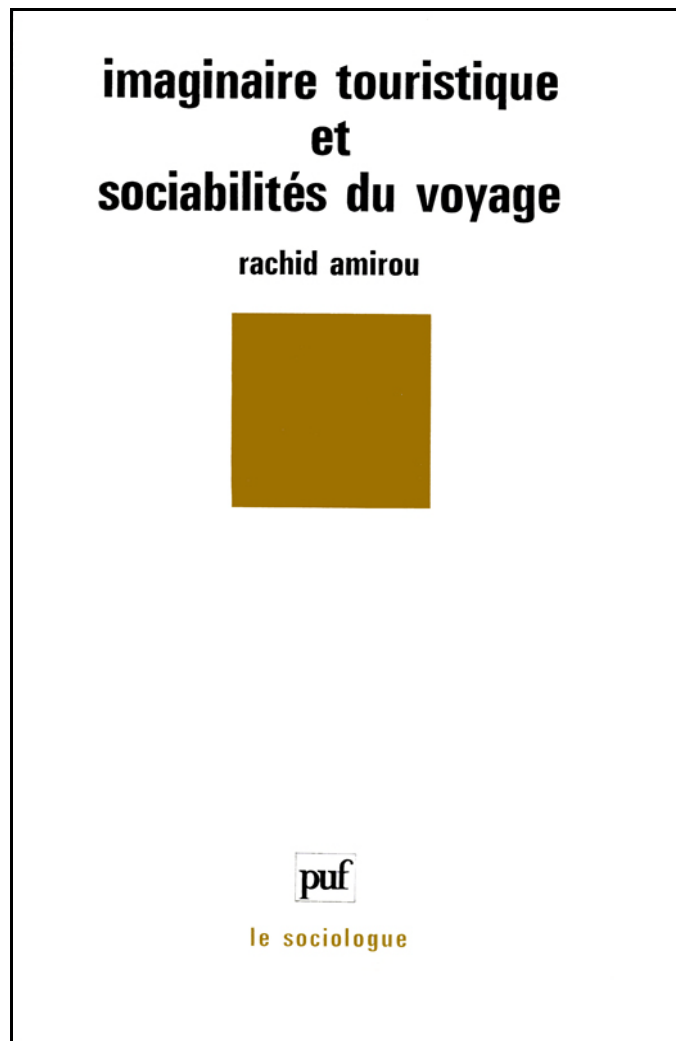


Rachid AMIROU

Docteur en sciences humaines,
professeur de sociologie, Université de Paris V et Marne-la-Vallée.

**Imaginaire touristique
et sociabilités du voyage.**



Paris : Les Presses universitaires de France, 1995, 1^{re} édition, 281 pp. Collection "Le sociologue."

[5]

Table des matières

[Quatrième de couverture](#)

[Imaginaire touristique et sociabilités du voyage](#) [7]

Première partie.

Un autre regard sur le tourisme

Chapitre I. [De l'éthique à l'esthétique du déplacement](#) [17]

- I. [Diversité des points de vue](#) [17]]
- II. [Paradigme « criticiste »](#) [21]
- III. [Limites de cette étude](#) [27]

Chapitre II. [Esquisse d'une problématique socio-anthropologique](#) [35]

- I. [Vers une sociologie du tourisme](#) [35]
- II. [Les motivations](#) [41]
- III. [Approches anthropologiques](#) [47]
- IV. [Tourisme et lien social](#) [52]

Deuxième partie.

Espace et tourisme

Chapitre III. [Sacré et mobilité spatiale](#) [61]

- I. [Le « génie » des lieux](#) [62]
- II. [Du sacré au social](#) [68]

Chapitre IV. [Une topologie touristique](#) [83]

- I. [La qualification de l'espace](#) [83]
- II. [Les vertus de l'espace](#) [96]
- III. [Topologie touristique](#) [107]

CHAPITRE V. [Espace et quête de sens](#) [111]

- I. [L'espace touristique](#) [111]
- II. [Un espace du désir](#) [122]
- III. [Un espace d'illusion ?](#) [126]

Troisième partie.
Tourisme et pèlerinage

Chapitre VI. [Sérieux du pèlerinage et frivolité du tourisme ?](#) [139]

- I. [Tradition festive du pèlerinage](#) [139]
- II. [« Sérieux » du voyageur ?](#) [147]

Chapitre VII. [Les trois temps du voyage](#) [157]

- I. [Le départ vers les cieux](#) [157]
- II. [Le temps et le voyage](#) [165]

Chapitre VIII. [Le pèlerinage comme rite de passage](#) [179]

- I. [Le pèlerinage comme « passage »](#) [179]
- II. [Aspects rituels du pèlerinage](#) [194]

Quatrième partie.
L'identité en vacances

Chapitre IX. [Les sociabilités de vacances](#) [205]

- I. [Les identités « fantasques »](#) [205]
- II. [Une ambivalence fondatrice](#) [209]
- III. [Sociabilités de voyage](#) [216]
- IV. [Tourisme et société de cour](#) [225]

Chapitre X. [Les voyages et l'apprentissage sociétal](#) [233]

- I. [L'identité en vacances](#) [233]
- II. [La double origine](#) [244]
- III. [Jeu et communication](#) [248]
- IV. [Une resocialisation](#) [254]

[Conclusion](#). Espace de vacances et aire de jeu [259]

[Bibliographie](#) [277]

**Imaginaire touristique
et sociabilités du voyage.**

Quatrième de couverture

[Retour à la table des matières](#)

La réflexion sur le tourisme, phénomène économique et interculturel d'importance croissante, n'a pas encore acquis ses lettres de noblesse dans les sciences sociales. Soit on le traite comme objet futile, soit on convoque une vision moralisatrice et dénonciatrice pour en souligner les méfaits. Or, nous sommes ou nous serons tous touristes un jour. Que faisons-nous en réalité quand nous pensons voyager ? De quelle nature sont ces sirènes qui nous appellent au départ ?

Quelques éléments, tirés d'une expérience d'accompagnateur de voyage et d'une observation de groupes de jeunes touristes français visitant le Tiers Monde, poussent à penser que les images et les stéréotypes exotiques, bien que déformants, ont une fonction essentielle dans l'appréhension que fait le voyageur de l'inconnu.

Ces images, loin d'être des obstacles iconiques à la reconnaissance du monde, sont en fait des représentations « transitionnelles », stables, collectives et issues du pèlerinage et de la « société de cour », qui facilitent l'appréhension de l'Autre et de l'Ailleurs.

En somme, le tourisme, comme quête de sens, avec les sociabilités ludiques qu'il favorise, les images qu'il génère, est un dispositif d'appréhension graduée, codée et non traumatisante de l'extérieur et de l'altérité.

Rachid Amirou, docteur en sciences humaines, enseigne la sociologie et l'anthropologie à l'université (Paris V et Marne-la-Vallée).

[7]

**Imaginaire touristique
et sociabilités du voyage.**

INTRODUCTION

[Retour à la table des matières](#)

C'est à partir de ma pratique professionnelle d'accompagnateur de voyage, que j'ai commencé, peu à peu, à réfléchir sur le tourisme moderne en général et, plus particulièrement, sur les voyages en groupes de jeunes Français à l'étranger.

Dans cette position, que d'aucuns qualifieraient de « marginal sécant »¹, il m'était en fait plus facile, me semblait-il, d'appréhender les perceptions des populations visiteuses (les touristes) concernant une population visitée, et, inversement, les réactions des autochtones recevant des touristes. Ma lecture du tourisme moderne est passée par plusieurs phases successives : de la dénonciation globale à une forme d'acceptation réaliste de ce phénomène, quand je me suis retrouvé touriste parmi tant d'autres, en Asie et ailleurs.

Il est clair que le tourisme ne se fait pas uniquement de l'Occident vers la périphérie ou selon l'axe Nord-Sud, les mouvements vacanciers les plus importants se font en réalité entre les pays riches. Il me sem-

¹ C'est, en sociologie des organisations, l'acteur social qui est « partie prenante dans plusieurs systèmes d'action en relation les uns avec les autres », in M. Crozier, E. Friedberg, *L'acteur et le système*, Paris, Ed. Seuil, 1987, 448 p., p. 73.

ble néanmoins que c'est dans les voyages vers les pays pauvres qu'apparaissent plus clairement [8] la fantasmagorie qui fonde la ruée vers le soleil et la prédilection pour l'exotisme ².

Je n'entends pas donner une explication exhaustive de l'inclination moderne pour tout ce qui revêt un caractère exotique. J'ambitionne de souligner quelques traits du tourisme moderne, et plus précisément de mettre au jour les fondements mythico-religieux qui autorisent et légitiment la pratique de la mobilité spatiale, celle-ci étant souvent perçue par les vacanciers comme une métaphore de la mobilité sociale et temporelle.

Je distingue trois grandes dimensions qui marquent la vie du touriste : le rapport à soi (une quête de sens), à l'espace et aux autres. Celles-ci constituent également les trois grandes parties du présent ouvrage.

Après une première partie, préalable théorique où je plaide pour une nouvelle manière de réfléchir sur le tourisme, la deuxième partie traitera de nos relations à l'espace. Quant à la troisième, consacrée à l'influence des traditions de la mobilité sur nos vacances, eue abordera le thème du pèlerinage comme « arrière-monde » symbolique de nos pratiques de voyage, tandis que la quatrième proposera une réflexion sur les sociabilités qu'on observe dans le tourisme.

Il est probable que deux modèles abstraits, la *communitas* et la *societas*, issus respectivement de l'univers religieux et de la société de cour, façonnent encore l'imaginaire et les sociabilités du voyage moderne. En interrogeant un peu plus avant ces deux « types idéaux » (Max Weber), on constate qu'ils sont structurés comme des rites de passage. Georges Balandier a montré que le rite « contribue à épurer l'ordre social, à rénover les valeurs et les symboles qui les désignent, à dépasser les conflits et à masquer les générateurs d'anxiété. Il tend à rétablir les "communications" distendues [9] ou rompues » ³. Cela se vérifie dans l'univers du tourisme.

² F. Affergan, *Exotisme et altérité. Essai sur les fondements d'une critique de l'anthropologie*, Paris, PUF, 1987, 296 p.

³ G. Balandier, *Antropo-logiques*, Paris, Ed. PUF, coll. « Sociologie d'aujourd'hui », 1974, p. 260.

Le voyage, qui induit une séparation, éveille une certaine appréhension de l'altérité et du dépaysement. Je montrerai que le touriste, à l'instar d'un enfant qui joue, tente de conjurer l'appréhension du « monde extérieur » en créant une aire intermédiaire entre le « trop connu » (la vie quotidienne) et l'inconnu spatial et culturel. C'est ce tiers espace symbolique qui va contenir les rêveries exotiques, les rituels de vacances et les images mentales sur l'altérité. Cela m'amènera à définir, en conclusion de cet ouvrage, l'imaginaire touristique comme un « objet transitionnel ».

Cette recherche ne reste jamais purement théorique et insensible, une implication personnelle est en fait clairement présente : implication dans le monde professionnel du tourisme pour y avoir travaillé à divers titres ; sensibilité aux méfaits d'une certaine forme de tourisme et étonnement face au décalage entre les valeurs généreuses prônées par les groupes que j'accompagnais et la réalité de leurs comportements, qui n'avaient rien à envier à ceux imputés aux autres « touristes ».

J. Habermas ⁴ estime que toute recherche est « intéressée », c'est dire qu'elle obéit à une stratégie, à des « intérêts » théoriques et intellectuels précis. Cela est vrai pour maintes études « exotiques » (ou ethnologiques) qui sont affectivement orientées : c'est-à-dire motivées par un sentiment premier, soit d'étonnement, d'émerveillement, d'indignation, de séduction profonde, soit de fusion-répulsion pour l'objet ⁵. Être au clair en ce domaine ne consiste pas uniquement à [10] brandir avec énergie des slogans humanistes quelque peu éculés, mais de se regarder vivre comme touriste ; car nous le sommes tous à un degré ou un autre. Il s'agit d'assumer notre part de « voyeurisme » et d'expliquer notre relation à l'exotique, que l'on soit touriste ou ethnologue. Il serait trop facile, face à cette évolution quasi inéluctable, de se réfu-

⁴ B. Malinowski, *Journal d'ethnologue*, Paris, Le Seuil, 1985.

⁵ J. Habermas, *Erkenntnis und Interesse*, Francfort, Suhrkamp, 1973, trad. Connaissance et intérêt, Paris, Gallimard, 1976 ; et aussi R. Boudon, *L'art de se persuader des idées douteuses, fragiles ou fausses*, Paris, Ed. Fayard, 1990, 458 p., p. 296.

gier dans un scientisme qui ne serait qu'une manière de patriotisme ethnologique suranné ⁶.

LES BONS SENTIMENTS NE FONT PAS LE BON TOURISME

Dans les groupes de voyages que j'ai accompagnés, les participants étaient, dans l'ensemble, sensibles aux thèmes humanistes de concorde, de respect et de dialogue entre les cultures, ils sont issus généralement de familles de la classe moyenne française : fonctionnaires, employés, étudiants. Cependant, dans les attitudes de ces vacanciers s'observe un écart entre les valeurs humanistes prônées et les comportements réels - on y observe les mêmes automatismes de repli sur soi tant dénoncés chez le « touriste-de-masse » imaginaire.

Pourtant, les jugements de valeur que portent les touristes les uns sur les autres sont d'une extrême sévérité - sans parler des sentences sans appel des moralistes. Malgré ces remontrances, rien de significatif ne change dans cet univers :

Faut-il conclure que les touristes sont les proies d'un système plus large qui les manipule ? Et, dans ce cas, inscrire ces agissements dans le cadre plus global de l'aliénation dont ils seraient les victimes au sein des sociétés modernes ? Thème abondamment traité et hélas - malgré de louables intentions - réduit à la caricature par maints auteurs, lesquels, [11] plaidant pour un tourisme « différent », aboutissent souvent à la promotion d'un tourisme élitaire.

S'agit-il d'une donnée civilisationnelle, fondamentale, qui dépasse l'individu, et qui s'enracine dans le noyau culturel d'une communauté humaine avec ses mythes propres et son histoire ? Cette question est assez peu abordée de front, elle mérite d'être reposée, non plus dans un esprit polémique, mais avec le souci de cerner ce qui fonde, historiquement et mythiquement, les habitudes de voyage d'une population donnée.

⁶ J. Copans, Le regard ethnologique, in Marc Guillaume (dir.), *L'état des sciences sociales en France*, Paris, Ed. La Découverte, 1986, p. 115-119.

PARTIR, CEST TRAHIR UN PEU...

Il ne s'agit donc pas de dénoncer en bloc le tourisme de masse, ni d'ailleurs de l'encenser. Le rejet des « congés payés » - terme méprisant qu'utilisaient la bourgeoisie et les rentiers des années trente pour désigner les premiers ouvriers qui affluaient vers les côtes françaises - indique bien que le discours antitouristique prend souvent des connotations élitistes. Cette attitude n'a pas complètement disparu, ce qui est vilipendé ce n'est pas le tourisme mais la masse, la quantité d'hommes auxquels le développement des sociétés modernes permet d'accéder à certains privilèges traditionnels de l'élite, comme le voyage à l'étranger ⁷.

Telle une force d'inertie, la critique sociale des déplacements est là pour essayer de contrer l'inclination de l'individu à sortir de son cadre habituel de vie, ou du moins la restreindre, la codifier et la formaliser : d'où la mauvaise conscience touristique, résultante de cette tension. L'imaginaire de l'enracinement s'oppose ainsi à celui de la mobilité.

Un anthropologue séjournant aux Nouvelles-Hébrides pense en observant les formes de déplacement à l'extérieur [12] du territoire tribal « qu'il y a dans l'idéologie de la société traditionnelle une identité absolue entre l'homme et le sol et, par là, un idéal de "fixation territoriale". L'homme est comme une plante qui ne peut vivre que là où sont ses racines : le voyage à l'extérieur ne peut être que de courte durée et étroitement formalisé (...) des tabous de circulation frappaient les routes et les sentiers coutumiers » ⁸. Le même phénomène n'existerait-il pas dans les sociétés industrielles ?

Il me semble que le désir de partir et la culpabilité liée au départ sont perceptibles chez le touriste moderne : l'individu finit par intérioriser cette critique sociale du déplacement vécu comme une transgression symbolique. La critique antitouristique, poussée dans sa logique extrême, s'apparente à une police symbolique des frontières.

⁷ O. Burgelin, Le tourisme jugé, in *Communications*, n° 10, Paris, Le Seuil, 1967, p. 71.

⁸ J. Bonnemaïson, Le voyage et l'enracinement, *L'espace géographique*, n°4, 1979, p. 308-318.

Notre Intention est de dépasser ce manichéisme en matière d'appréciation des comportements touristiques, pour accéder à la dimension anthropologique du phénomène (relation à soi, aux autres, à l'espace). Certes, les pratiques touristiques modernes posent des problèmes. Ayant fait partie d'associations pour promouvoir un tourisme « différent », ou « responsable », en direction des pays en voie de développement, j'ai pu constater la difficulté qu'il y avait à définir un modèle de tourisme, au niveau des comportements individuels, sans sombrer dans le moralisme ou le découragement. Faut-il changer le touriste ou le système touristique lui-même ? Vaste programme.

Dans les sociétés émettrices de touristes, si le loisir est « bien vu » par diverses instances morales, le tourisme reste une pratique presque honteuse à moins qu'il ne se pare de nombreux alibis « culturels » et actuellement « humanitaires ». Signalons un fait curieux : les voyages sont inconnus des statistiques établies par le ministère de la Culture sur les « pratiques culturelles des Français ». Le voyage n'est-il pas une [13] activité digne de recevoir le noble qualificatif « culturel » ? Pourquoi les voyages sont-ils exclus du nombre des « sorties » et « autres pratiques culturelles » dûment comptabilisées ? ⁹

Ainsi, le tourisme est une manifestation essentielle de la culture de masse. Le choix, individuel certes, mais combien conditionné, qu'un homme fait d'une station, d'une forme de vacances, ne se comprend et ne s'explique que dans un contexte culturel ¹⁰. C'est l'histoire socio-culturelle qui le fait comprendre et constitue ainsi la véritable introduction à la science touristique.

[14]

⁹ M. Fumaroli, *L'État culturel, essai sur une religion moderne*, Paris, Ed. Fallois, 1991, p. 212.

¹⁰ M. Boyer, *Le tourisme*, Paris, Seuil, coll. « Peuple et Culture », 1972 et 1982, p. 12.

[15]

**Imaginaire touristique
et sociabilités du voyage.**

Première partie

Un autre regard sur le tourisme

[Retour à la table des matières](#)

[16]

[17]

**Imaginaire touristique
et sociabilités du voyage.**

**Première partie.
Un autre regard sur le tourisme**

Chapitre I

**De l'éthique à l'esthétique
du déplacement**

[Retour à la table des matières](#)

L'accession de la notion de tourisme au rang d'objet socio-anthropologique n'est pas acquise. Le tourisme présente de multiples facettes, chaque équipe de recherche en privilégie souvent une au détriment des autres.

I. DIVERSITÉ DES POINTS DE VUE

Géographie, économie, sociologie du développement et de la consommation se disputent l'interprétation du phénomène. Cette pluralité des approches conduit souvent à un manque de clarté conceptuelle ; confusion entre tourisme et touristes, entre l'industrie du loisir et celle du tourisme, etc. Il en va de même pour les différents types de tourisme dont le découpage s'est fait selon les critères des économistes (tourisme de santé, d'affaire, de proximité, etc.).

Ajoutons que le sens commun attribue aux touristes un certain type de comportement : il existe, chez tout un chacun à l'état latent, un modèle du touriste, entendons du mauvais touriste. Divers essayistes n'ont fait en définitive qu'abonder dans ce sens et renforcer ainsi la vision stéréotypée [18] du touriste. Poser le tourisme comme objet d'étude consistera donc à l'extraire de cette gangue de jugements de valeur.

Le modèle du « bon touriste »

Tout le monde s'autorise à juger le touriste, selon des critères largement tributaires d'un modèle inconscient - ou impensé - de ce que peut être le « bon touriste ». Évidemment, le touriste c'est toujours l'autre. Aussi, cette sociologie spontanée du tourisme est-elle confiée, dans les magazines, au premier romancier ou au premier reporter revenu d'un quelconque voyage aux antipodes. Cette attitude des médias exprime l'idée, tacitement admise, que la narration de voyage qualifie automatiquement celui qui s'y livre du titre d' « expert ès voyages ». Cet exercice littéraire, au-delà de sa valeur artistique propre, suffit à donner au voyage ainsi relaté une dimension d'exemplarité.

Un fait important s'exprime par là, me semble-t-il : le voyage doit se « mériter » - d'où les fonctions autojustificatrices du journal et des carnets de voyage. Comme le récit autobiographique, dont il se rapproche si souvent, le récit de voyage éprouve le besoin de se justifier : Pourquoi voyager ? C'est donc par une mise en question qu'il a coutume de commencer ¹¹.

Il est également étonnant de noter que les débats sur le tourisme intra-européen réunissent des économistes et des professionnels de divers horizons, alors que le tourisme vers les pays du Sud concernerait surtout les « moralistes » et les essayistes. Il me semble que ramener tout un débat complexe à une question morale, aussi justifiée soit-elle, ne résout pas [19] les problèmes posés par le phénomène et n'épuise pas la réflexion sur cette pratique : on ne fait que culpabiliser certains

¹¹ J.-Cl. Berchet, *Le voyage en Orient. Anthologie des voyageurs français dans le Levant au XIXe siècle*, Paris, Ed. Robert Laffont, coll. « Bouquins », 1985, p. 25.

vacanciers et (auto)encenser d'autres, pour redonner vie, dans bien des cas, au mythe du bon sauvage.

Les présupposés moralistes

Un des fondements de cette attitude « moraliste » réside dans le fait de considérer le tourisme comme intrinsèquement nuisible pour les cultures dites « traditionnelles » - lesquelles, on ne sait pourquoi, seraient plus « fragiles » que d'autres : elles perdraient leur « (âme » en s'ouvrant au tout-venant touristique.

Il est tacitement admis dans l'univers de la recherche, que réfléchir sur le tourisme équivaut automatiquement à dénoncer « les méfaits du tourisme » ; adopter une autre problématique n'est pas souvent compris et ceux qui s'y risquent se trouvent rapidement suspectés de sympathie envers l'« ennemi » (à savoir : les marchands de voyages). Aussi, hormis quelques travaux anglo-saxons, existe-t-il peu d'écrits pertinents sur les touristes eux-mêmes (si on écarte bien sûr les essais dénigrant le touriste).

Sous-jacent à ce discours antitouristique, se manifeste une injonction implicite faite aux sociétés « exotiques » de rester telles qu'elles sont, ou plus précisément, telles qu'elles sont rêvées et fantasmées par l'imaginaire du dépaysement. Une muséification à peine voilée est ainsi prescrite, on assiste à une forme d'assignation à résidence identitaire, sous couvert de « protection », de cultures entières. L'accès de celles-ci à la modernité leur serait en quelque sorte fatal. Que l'on ne s'étonne pas alors de retrouver, unis dans la même dénonciation du tourisme, à la fois laïcs occidentaux et fondamentalistes religieux du Tiers Monde, sympathisants de la droite extrême et gauchistes, féministes et misogynes, chacun ayant ses raisons, mais tous s'accordant pour procéder à l'excommunication [20] de la pratique touristique. On amplifie ainsi les effets socioculturels désastreux qu'aurait le tourisme sur les cultures non occidentales, en négligeant la dynamique de transformation socioculturelle interne à ces sociétés. Le tourisme est alors tenu pour responsable des dysfonctionnements qui lui sont bien antérieurs et dont il n'est qu'un des révélateurs.

Aussi, réfléchir sur le tourisme consistera-t-il en premier lieu à le dépouiller de sa charge idéologique, morale et commerciale afin d'en faire simplement un *objet de connaissance* ¹². Par image, je dirais qu'à l'instar d'un psychanalyste s'autorisant à étudier la kleptomanie ou telle autre manie, l'analyste social du tourisme devrait pouvoir réfléchir sur son sujet sans entraîner des jugements de valeur, sans déclencher une levée de boucliers ou sans susciter un sourire narquois chez les purs de la dénonciation du tourisme, et surtout sans provoquer un procès d'intention, faisant de lui un complice des « hordes touristiques » ou des compagnies multinationales.

Les hypothèses selon lesquelles « le tourisme favoriserait les fléaux sociaux dans les pays pauvres », ou constituerait « la continuation de la conquête coloniale par d'autres moyens », avec sa variante, « le tourisme comme expression d'une "aliénation des couches moyennes occidentales", dominant dans notre champ de *recherche*. On en retrouve les traces dans maintes études, et ce à l'état d'affirmations définitives et indémontrables ne souffrant aucune contestation possible. Il me semble que notre champ de réflexion gagnera en clarté le jour où la réflexion sur les présupposés antitouristiques - et les intérêts théoriques, selon l'expression de Habermas ¹³ - sera mieux admise.

¹² M. Beaud, *L'art de la thèse*, Paris, Ed. La Découverte, 1986, p. 43 ; et Fernand Braudel, *Écrits sur l'histoire*, Paris, Flammarion, coll. « Champs », 1977, 316 p., p. 72.

¹³ J. Habermas, *Erkenntnis und Interesse*, Francfort, Suhrkamp, 1973, trad. Connaissance et intérêt, Paris, Gallimard, 1976 ; et aussi Max Weber, *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Paris, Plon, 1981, p. 43.

[21]

II. PARADIGME « CRITICISTE »

[Retour à la table des matières](#)

On peut qualifier de « paradigme criticiste » l'ensemble de ces propositions antitouristiques. Par paradigme on entend « les croyances le plus souvent implicites, sur le fond desquelles les chercheurs élaborent leurs hypothèses, leur théories et plus généralement définissent leurs objectifs et leurs méthodes » ¹⁴.

Je retiendrai cette acception du terme, tout en sachant que d'autres définitions existent. Platon l'emploie comme synonyme de « modèle ». Les linguistes y voient un cas de substitution. Thomas Kuhn, à l'origine de la vogue de ce terme, l'emploie dans le sens de théorie, de modèle dans une acception souple ¹⁵. Enfin, selon J. Leca ¹⁶, le paradigme n'est pas une théorie, mais un ensemble de propositions partagées par un groupe de chercheurs.

Il existe ainsi un ensemble de propositions issues soit de théories, soit du sens commun, des idéologies ou des « savoirs anciens », dont la particularité est de rejeter en bloc et de condamner irrémédiablement le tourisme actuel, dans son principe même ; et cela, bien que les pratiques de tourisme et de voyage préexistent et précèdent l'individu moderne.

Olivier Burgelin ¹⁷ constate, en examinant la structure idéologique des jugements sur le tourisme, que :

¹⁴ R. Boudon, P. Besnard, M. Cherkaoui, B.-P. Lecuyer, *Dictionnaire de la sociologie*, Paris, Ed. Larousse, 1990, p. 147.

¹⁵ T. Kuhn, *La structure des révolutions scientifiques*, Paris, Flammarion, 1970.

¹⁶ J. Leca *et al.*, Développement, modernisation, dépendance, in *Revue française des sciences politiques*, n° 4-5, août-octobre 1977.

¹⁷ O. Burgelin, *Le tourisme jugé*, op. cit., p. 89.

- a) Le tourisme (au sens de *sight-seeing*) est une activité dégradée ou aliénée, caractéristique d'un homme inférieur ou aliéné. C'est le capitalisme ou, plus vaguement, la société moderne qui sont responsables du développement de cette pratique.

[22]

- b) En face de ce tourisme dégradé, on prône un tourisme rénové quant à sa forme et quant à son contenu, présenté comme une activité personnelle et libre.
- c) La dégradation du tourisme est inséparable du type de relation que le touriste établit avec la « chose à voir » : un simple « voir » superficiel, sans pénétration ni connaissance véritable.
- d) On oppose à ce « voir » superficiel d'autres modes de connaissance ou de contacts avec la réalité : imprégnation, aventure, découverte, approfondissement intellectuel ou contacts faisant appel aux autres sens.

Le premier et le troisième jugement sont émis soit par des théoriciens du tourisme, soit par des touristes cultivés. Les assertions mentionnées en deuxième et dernier lieu, qui sont en fait des contre-modèles, des alternatives, ne se retrouvent que chez les vacanciers et aucunement dans les écrits émanant des censeurs du tourisme.

On peut noter cependant que les juges virulents du tourisme ne procèdent pas à un rejet radical ; leurs critiques portent sur la manière dont se fait le tourisme moderne, et non sur son principe même. Ainsi, H. Enzensberger, qui est le seul à avoir une attitude antitouristique absolue, pense que la demande de tourisme est d'abord une demande de liberté, car ce serait, selon lui, un désir de révolution, dévoyé en quelque sorte par le capitalisme. Le tourisme apparaît alors comme une mauvaise réponse (changer de pays) à une bonne question (changer son pays). Le philosophe voit une opposition entre l'esprit révolutionnaire et le romantisme et estime que le tourisme procède de l'esprit romantique. Il reproche aux romantiques leur imagination, qui a « transfiguré la liberté, l'a transportée dans les régions lointaines de l'irréel, jusqu'à ce qu'elle se figeât en images : dans l'espace, sous l'aspect de la nature éloignée de toute civilisation ; dans le temps, sous

l'aspect du passé historique, des monuments et du folklore »¹⁸. D. Maccannell signale lui aussi son intention d'étudier les liens entre la [23] révolution et le tourisme, considérés comme les deux pôles antinomiques de la conscience moderne¹⁹.

En somme, ces auteurs font le constat suivant : le touriste de masse est un individu aliéné, victime du capitalisme manipulateur. Ils nous livrent ainsi une croyance d'origine nettement romantique sur une supposée nature « originelle » de l'homme, qui serait souillée par la modernité.

Ce genre de rousseauisme est encore de mise dans les écrits sur le tourisme vers le Tiers Monde : le mythe du « Bon Sauvage » s'y reconnaît aisément. Le thème de l'homme « originel » (avec sa version marxienne de l'individu libéré du « mal » capitaliste, ou sa version exotique de l'homme naturel et bon des Tropiques) va imprégner l'univers du tourisme. Sans développer ici plus longuement ce thème, notons que « si nous examinons non pas comment le tourisme est jugé, mais comment il est pratiqué, ne serions-nous pas obligé de constater que cette activité, si vivement contestée au niveau des jugements, est pratiquée dans un climat parfaitement paisible et sans nulle contestation au niveau de la pratique, et ceci en particulier dans la bourgeoisie d'où émanent les jugements que nous avons étudiés ? D'autre part, il est impossible, (...), d'opposer la sévérité des jugements de quelques intellectuels radicaux à la béate satisfaction d'une bourgeoisie de touristes épanouis. Cette thèse commode ne supporte pas l'examen : chaque bourgeois satisfait porte en lui un intellectuel radical. (...) En fait, les seules choses que nous puissions opposer ce sont deux expériences : tout indique que ce sont les mêmes individus qui contestent violemment le tourisme quand l'heure est à le juger, et qui le pratiquent sans problèmes quand l'heure est venue de partir en vacances »²⁰.

Quelle fonction remplissent ces jugements définitifs, d'origines diverses, certes, mais ayant en commun un rejet sans [24] nuances du tourisme ? S'agit-il d'une attitude de *distinction*, où l'élément discrimi-

¹⁸ H. M. Enzensberger, Une théorie du tourisme, in *Culture ou mise en condition ?*, Paris, Julliard, 1965, p. 161-162.

¹⁹ D. Maccannell, *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class*, New York, Ed. Schocken Books, 1976, p. 3.

²⁰ O. Burgelin, *ibid.*, p. 94-95.

nant et classificatoire n'est pas la pratique touristique elle-même, mais le discours sur le tourisme ?

Quelques objections

À ce propos, écartons déjà quelques objections opposées souvent à notre hypothèse de départ concernant l'existence d'une homologie de structure entre le tourisme et le pèlerinage. La première est que le pèlerin voyageait dans l'insécurité, notamment au Moyen Age, contrairement au touriste actuel. À lire Umberto Eco, cette objection peut être sérieusement relativisée : « Depuis un certain temps déjà l'idée du voyage moderne entendu comme un chef-d'œuvre de confort et de sécurité a échoué, et lorsque, pour monter à bord d'un jet, il faut passer par les différents contrôles électroniques et les perquisitions contre les détournements, on revit exactement le vieux sentiment d'aventureuse insécurité, destiné vraisemblablement à croître » ²¹.

Sans exagérer la situation des touristes à l'étranger, si l'on se réfère effectivement au tourisme Nord-Sud, on observe qu'un sentiment d'insécurité, justifié ou pas, se développe (cette appréhension concerne actuellement l'Égypte, le Brésil, le Pérou).

On objecte également que ce qui caractérise le pèlerinage, c'est son aspect contraignant, accompli à dates fixes, et où l'initiative individuelle est faible (nous verrons que cela est à nuancer), aspect qui serait absent dans l'univers du tourisme. Une simple lecture des rapports ministériels montre la difficulté de faire partir les Français à un autre moment qu'en juillet ou en août (cf. le lancinant débat sur l'étalement des vacances des Français). Certes, il existe des raisons tout à fait [25] recevables expliquant la concentration des départs en été : les vacances scolaires, le ralentissement de la vie économique et le climat. Cependant, il n'est pas exagéré de qualifier le loisir et le tourisme moderne de temps contraint qui échappe partiellement à l'emprise de l'individu, dans la mesure où l'initiative du départ, sauf cas exceptionnels, est déterminée par des facteurs qui lui sont extérieurs.

²¹ U. Eco, *La guerre du faux*, Paris, Grasset, 1985, p. 103-104.

Cela étant précisé, partir est un devoir de citoyen-consommateur. Il existe une adhésion - et une valorisation du voyage et des vacances - rarement remises en cause chez tout un chacun ; le voyage, entendu comme vacances à l'étranger, est une valeur sociale incontestée. Il ne viendrait à l'idée de personne d'en discuter le bien-fondé ; tout au plus, peut-on regretter de ne pas disposer de suffisamment de temps ni de revenus pour partir. H. M. Enzensberger a bien montré le processus qui fait du *sight-seeing* un devoir institutionnalisé, c'est-à-dire l'injonction de « regarder ce qui doit être vu », devoir qui s'accomplit dans un cadre bien circonscrit ²².

Alphonse Dupront, quant à lui, note que « fidèle à limage du tour, le tourisme ne saurait être dévoration boulimique de l'univers... il impose limitation et inventaire - deux aspects de la représentation même de circuit » ²³. Les termes de tour, de circuit, d'itinéraire évoquent bien l'idée que l'espace touristique est délimité et balisé. C'est un parcours quasiment fléché.

Contours de l'imaginaire touristique

Il est certain que cette notion est vaste. L'ensemble des images et des évocations liées au tourisme participe de plusieurs « univers » : les explorations, le voyage, le pèlerinage, [26] les vacances, les loisirs, l'aventure, la relation à l'espace, le nomadisme, l'errance, la découverte, etc. Il ne s'agit évidemment pas ici de traiter de toutes les facettes de cet imaginaire.

Plusieurs couches sédimentaires composent l'imaginaire touristique. Même si chaque époque a marqué de son sceau les formes de la mobilité humaine, il demeure néanmoins un socle commun qui, ayant traversé les siècles, est présent avec plus ou moins de visibilité dans le voyage moderne. L'objectif est de décrire ce dénominateur imaginaire commun. C'est pour cela que je parle du voyage (en y incluant les vacances, la villégiature et le loisir), du voyage de découverte, ou du pè-

²² H. M. Enzensberger, *Culture ou mise en condition*, Paris, Julliard, 1965, p. 167.

²³ A. Dupront, *Tourisme et pèlerinage, réflexion de psychologie collective*, in *Communications*, n° 10, Paris, Seuil, 1967, p. 97-121.

lerinage, sans trop m'attarder sur leurs spécificités. L'exploration de ces « terrains » n'est pas anarchique. Le passage, sans transition apparente, du thermalisme aux pèlerinages vers des sources d'eau, par exemple, est guidé par le souci de trouver des points communs à ces deux pratiques, divergentes sur bien d'autres aspects. Tourisme, vacances, voyage, pèlerinage sont autant de façons d'exprimer une quête. Quête de soi, de l'Autre, d'un lieu d'où renaître (peut-être même d'un salut par le mouvement et par l'affrontement de l'espace) sont autant de thèmes, d'images, de significations et de symboles qui traversent diagonalement les mobilités humaines. En étudiant les trois « moments » forts de l'expérience humaine de mobilité, que sont le tourisme, le voyage et le pèlerinage, le but est de souligner le rapport à soi, à l'espace et aux autres qui s'y observe. Le rapport à ces trois « objets » est médiatisé par une culture, des traditions.

J'ai privilégié, comme facteur explicatif de ces phénomènes, le fait religieux au sens large, c'est-à-dire qui ne renvoie pas à une théologie ou à un dogme précis, mais qui les dépasse tout en incluant des recours aux mythes récurrents d'une culture (on traitera plus, en fait, de la fonction sociale et subjective de la religiosité, dont parle E. Durkheim, que des « Églises » historiques comme le judaïsme, l'islam ou le christianisme). Autrement dit, la question de départ pourrait se résumer ainsi : le tourisme est-il une forme laïque de pèlerinage ?

[27]

Ce que je nomme imaginaire du tourisme sera la résultante d'un va-et-vient entre des relevés et des observations empiriques et une construction intellectuelle. Il ne sera pas défini une fois pour toute au début de notre recherche. On composera graduellement et au fil de la recherche ce qu'on entend par cette notion, à l'instar de Max Weber analysant la notion « d'esprit du capitalisme ». M. Weber pense en effet qu'une telle notion historique ne peut être définie suivant la formule *genus proximum, differentia specifica*, puisqu'elle se rapporte à un phénomène significatif pris dans son caractère individuel propre ; elle doit être composée « graduellement, à partir de ses éléments singuliers qui sont à extraire un à un de la réalité historique. On ne peut donc trouver le concept définitif au début mais à la fin de la recherche. En d'autres termes, c'est seulement au cours de la discussion que se révélera le résultat essentiel de celle-ci, à savoir la meilleure façon de formuler ce que nous entendons par "esprit" du capitalisme ; la meil-

leure, c'est-à-dire la façon la plus appropriée selon les points de vue qui nous intéressent » ²⁴.

On souhaite ici procéder de même, mais cette fois concernant deux domaines liés aux pratiques migratoires humaines : le tourisme et le pèlerinage. Pour rester dans la tonalité wébérienne, il s'agira de réfléchir sur les liens entre l'« éthique » du pèlerinage et l'« esprit » (ou l'imaginaire) du tourisme.

III. LIMITES DE CETTE ÉTUDE

[Retour à la table des matières](#)

La méthode choisie, qui consiste à travailler sur les discours traitant du tourisme et à utiliser des observations faites sur le terrain, fixe naturellement les limites de cette [28] étude. Mes observations portent sur une centaine de personnes, que j'ai accompagnées dans plusieurs pays comme le Brésil, la Thaïlande, la Malaisie, la Birmanie, les Philippines, le Canada, l'Irlande et la Chine. L'échantillon observé n'est pas représentatif de l'ensemble de la population française.

En outre, il existe aussi quelques limites d'ordre théorique. Comment concilier, par exemple, ce qui relève de la psychologie individuelle du touriste et ce qui est du domaine de l'imaginaire collectif ? Nous tenterons d'y apporter quelques éléments de réponse tout au long de ce travail.

Max Weber n'a pas défini avec précision ce qu'est un « type idéal », il a préféré utiliser l'expression de « signalement provisoire », qui l'aide non pas à définir la notion de *type idéal*, mais à en dessiner les contours en sélectionnant - arbitrairement il est vrai - les aspects les plus significatifs d'un fait social. Contrairement au concept qui abstrait une qualité commune à partir de différences particulières (le sapin, le chêne, relèvent du concept d'arbre), le type retient dans chaque phénomène non ce qui le rapproche d'autres phénomènes ou le normalise, mais bien ce qui l'individualise, c'est-à-dire son aspect original. Pour M. Weber, le rôle du sociologue consiste, au-delà de ce

²⁴ M. Weber, *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, op. cit., p. 44. [Livre disponible dans [Les Classiques des sciences sociales](#). JMT.]

qu'il perçoit comme « significatif », à étendre certaines qualités, à accentuer certains aspects d'une réalité. Dans notre cas, en accentuant quelques traits de deux phénomènes, les univers mentaux du pèlerin et du touriste, il sera possible de discuter de leur parenté symbolique ; il s'agit d'une forme de stylisation des deux univers pour en souligner les traits saillants qui les constituent, et non d'une comparaison point par point, époque par époque, ou religion par religion.

Paradoxalement, un des lieux privilégiés où se laisse voir l'imaginaire touristique est le discours antitouristique tenu par des essayistes, des analystes, mais également par les touristes eux-mêmes. C'est un matériau fécond où valeurs, [29] images et représentations, quand il ne s'agit pas de purs fantasmes, abondent. Dans ces textes critiquant le touriste se lit, a contrario, l'ébauche d'une éthique touristique ²⁵.

Le discours antitouristique se structure selon la dichotomie voyageur *versus* touriste : ce que l'on reproche au touriste, c'est de ne pas être un « véritable » voyageur ²⁶. Sans faire une analyse sémiologique et sociologique des discours sur les touristes, nous souhaitons ajouter un éclairage socio-anthropologique, en décrivant l'imaginaire commun au voyage, au tourisme et au pèlerinage. Ce faisant, on esquissera un schéma explicatif pouvant aider à relier les comportements, réels ou prescrits, des touristes aux discours sur le tourisme. C'est la pierre que nous souhaitons apporter à l'édifice théorique de la socio-anthropologie du tourisme. Sans reprendre l'opposition entre le voyageur et le touriste dans le discours social sur le tourisme, je propose un rapprochement entre le voyageur laïc (touriste, vacancier, aventurier) et son modèle originel, le pèlerin. L'étymologie donne d'ailleurs comme origine au mot pèlerin le terme latin *peregrinus*, qui signifie pérégrination, voyage.

Par-delà les critiques que le voyageur adresse au touriste, il en est une, fondamentale, qui les sous-tend toutes : le voyageur reproche au touriste de banaliser le monde - voire de « désacraliser » le monde... du voyage. Il est tacitement accepté que la dite « futilité » des motifs du voyage touristique disqualifie de fait cette pratique. Le « véritable

²⁵ D. J. Boorstin, Du voyageur au touriste : l'art perdu de voyager, in D. J. Boorstin, *L'image ou ce qu'il advint du rêve américain*, Paris, R. Julliard, 1963.

²⁶ J.-D. Urbain, *L'idiot du voyage, histoires de touristes*, Paris, Ed. Plon, 1991.

voyageur », dont on loue les raisons « sérieuses » de pérégrination et qui jouit d'une légitimité naturelle dans les discours sur le voyage, est un mythe, au sens de modèle exemplaire, bien ancré dans l'imaginaire social. Quels échos éveille en nous [30] cette figure légendaire pour mériter tant de respect et d'admiration ?

Au préalable, il convient d'une part de différencier les causes objectives du tourisme, ses conditions nécessaires (âge, revenu, etc.), dont je parle peu, et ses conditions suffisantes, que j'appelle, provisoirement, les motivations du voyage. D'autre part, il sera utile de renvoyer, en écho, les comportements touristiques à ceux généralement observés dans la vie quotidienne. En d'autres termes, apprenons-nous quelque chose sur la société française, sur les sociabilités en temps « normal », en observant celles des groupes de touristes français à l'étranger ?

Le tourisme comme fait social

Il est malaisé de formuler un diagnostic sérieux sur la signification du phénomène-vacances sans le situer constamment dans la société globale dans laquelle il se développe, et qui l'a produit, et sans le mettre en rapport avec d'autres traits fondamentaux de cette société, qui entretiennent avec lui des relations de feed-back, ou agissent comme facteurs déterminants. Il paraît probable que le phénomène des vacances a des racines anthropologiques et qu'en lui tentent plus ou moins obscurément de se satisfaire un ensemble de besoins, désirs et aspirations archaïques, voire universels ²⁷. Le tourisme est un phénomène culturel global : il préexiste à l'individu et s'impose à lui de l'extérieur. Le tourisme est devenu ainsi une « culture », c'est-à-dire une série de comportements tendant à l'uniformisation, et un univers où le stéréotype est florissant, et cela dans les deux sens de la transaction touristique (clichés sur les visiteurs et inversement, savoir standard sur les « mentalités » des visités).

²⁷ A. Laurent, *Libérer les vacances*, Paris, Seuil, 1973, p. 33.

[31]

L'imaginaire

L'imaginaire de la mobilité laïque ou religieuse est le « personnage » central de ma recherche. Qu'est-il au juste et comment le décrire ?

L'imaginaire, notion relativement floue, est d'abord une « évocation », il n'est pas une connaissance²⁸. Ce n'est pas le monde des idées, de l'abstraction, bien qu'il fasse partie du monde des représentations, mais celui des images, des symboles et des figures. J. Le Goff a précisé les distinctions sémantiques entre représentations, idéologie et imaginaire. Il définit, en premier lieu, la notion de représentation, qui englobe « toute traduction mentale d'une réalité extérieure perçue. La représentation est liée au processus d'abstraction. La représentation d'une cathédrale, c'est l'idée de cathédrale. L'imaginaire fait partie du champ de la représentation. Mais il y occupe la partie de la traduction non reproductrice, non simplement transposée en image de l'esprit, mais créatrice, poétique au sens étymologique. Pour évoquer une cathédrale imaginaire, il faut avoir recours à la littérature ou à l'art : à la *Notre-Dame de Paris* de Victor Hugo, aux quarante tableaux de la *Cathédrale de Rouen* de Claude Monet, à la *Cathédrale engloutie* des Préludes de Claude Debussy. Mais s'il n'occupe qu'une fraction du territoire de la représentation, l'imaginaire le déborde. La fantaisie, au sens fort du mot, entraîne l'imaginaire au-delà de l'intellectuelle représentation »²⁹. Le symbolique est, quant à lui, présent lorsqu'il y a renvoi de l'objet considéré à un système de valeurs sous-jacent, historique ou idéal.

J. Le Goff distingue également l'imaginaire de l'idéologie. [32] L'idéologie véhicule une conception du monde qui modèle et façonne la représentation en lui imposant un sens qui pervertit aussi bien le « réel » matériel que cet autre réel, l'« imaginaire ». Ce n'est que par le

²⁸ R. Ledrut, Situation de l'imaginaire dans la dialectique du rationnel et de l'irrationnel, in *Cahiers de l'imaginaire*, nouvelle série n° 1, Toulouse, Ed. Privat, 1988, p. 43-50.

²⁹ J. Le Goff, *L'imaginaire médiéval*, Paris, Gallimard, 1991, préface p. 2.

coup de force qu'il réalise par rapport au « réel » contraint à entrer dans un cadre conceptuel préconçu que l'idéologique a une certaine parenté avec l'imaginaire³⁰. Quelle que soit la part d'invention conceptuelle qu'ils renferment, les systèmes idéologiques, les concepts organisateurs de la société, forgés par les orthodoxies régnantes (ou par leurs adversaires), ne sont pas des systèmes imaginaires à proprement parler, souligne J. Le Goff. Aussi, l'imaginaire, dont on parle ici, ne renvoie-t-il pas à une idéologie ou aux représentations touristiques, mais s'intègre dans l'acception du terme qu'en donne J. Le Goff.

Les images touristiques ne se limitent pas à celles incarnées dans la production iconographique, artistique et publicitaire ; elles s'étendent à l'univers des images mentales, si ce n'est à celui des mythes. Puisqu'il n'y a pas de pensée sans image, on sélectionnera quelques images collectives concernant l'Ailleurs et l'Autre, puisées dans l'imaginaire touristique contemporain ; celui-ci renvoie à l'imaginaire, plus large, du voyage (à but religieux ou non) dans l'histoire occidentale. Ces images collectives sont léguées par la tradition, elles se diffusent d'une culture à l'autre et traversent, en diagonale, classes et sociétés. En faire un recensement exhaustif est une gageure. De même, relater l'histoire complète des différents pèlerinages dépasse le cadre de cette recherche. Une part d'arbitraire, certes raisonnée, va fixer les limites de mon travail : arbitraire en ce qui concerne le choix des époques, car chaque étape historique génère des manières de voyager spécifiques, mais aussi en ce qui touche aux types de relations religieuses à l'espace, car chaque dogme a ses propres codes de lecture spatiale.

[33]

Feu et vacances

Selon S. Freud, le désir étant par nature indestructible, les motivations « primaires » de l'action, d'ordre sexuel, ne sont jamais détruites. Elles sont seulement refoulées et correspondent dès lors au contenu « latent » auquel renvoient les conduites et les représentations. On peut déduire de ces considérations très générales que ce qui mérite

³⁰ J. Le Goff, *ibid.*, préface.

l'attention est la manière dont les symboles sociaux sont investis par le désir individuel, ou, en d'autres termes, comment, par un effet de déplacement, les « motivations primaires » de l'action sont remplacées par des motivations sociales, de sorte que les conduites conformes aux valeurs deviennent « désirables » pour le sujet. D. W. Winnicott montre bien comment l'objet transitionnel de l'enfance est peu à peu remplacé par les objets culturels, à l'âge adulte. On propose par ce biais une hypothèse explicative de la genèse des symboles et des significations sociales. L'univers du voyage et du tourisme offre un lieu privilégié où peut aisément s'observer l'articulation entre le psychisme individuel et les intimités du milieu culturel. Précisons, afin d'éviter tout réductionnisme psychologique, qu'on tente d'expliquer un fait social, les sociabilités touristiques, par d'autres sociabilités plus anciennes dans l'histoire collective : le pèlerinage. On respecte ainsi les recommandations de E. Durkheim, qui conseille d'expliquer un fait social par un autre fait social.

On peut ajouter qu'une quête de sens se lit dans les pratiques apparemment « irrationnelles » du vacancier moderne. En effet, la critique du tourisme bute sur cet aspect « mystérieux », et, tout ce qu'il peut y avoir d'apparemment irrationnel dans le comportement touristique est rejeté sur la tête d'un « touriste de référence » et attribué à la mode, à l'obscurantisme, à la bêtise humaine ou à l'aliénation ³¹. Cet aspect me [34] paraît d'autant plus intéressant, qu'il est trop souvent négligé par les analystes et les théoriciens du tourisme, quand il n'est pas simplement considéré comme indigne d'être un objet « sérieux » de connaissance.

G. Bachelard estime qu'« en y rêvant un peu, il apparaît que l'utilité de naviguer n'est pas suffisamment claire pour déterminer l'homme préhistorique à creuser un canot. Aucune utilité ne peut légitimer le risque immense de partir sur les flots. Pour affronter la navigation, il faut des intérêts puissants. Or les véritables intérêts puissants sont les intérêts chimériques. Ce sont les intérêts qu'on rêve, ce ne sont pas ceux qu'on calcule. Ce sont les intérêts fabuleux. Le héros de la mer est un héros de la mort. Le premier matelot est le premier homme vi-

³¹ O. Burgelin, *Le tourisme jugé*, op. cit., p. 95-96.

vant qui fut aussi courageux qu'un mort »³². Qu'en est-il des « chimères » touristiques ?

Je propose ainsi d'examiner les comportements de voyage diachroniquement, en recherchant les emprunts et les survivances possibles d'anciennes formes de mobilité humaine, et synchroniquement, en mettant en évidence les motivations et les significations accolées, de nos jours, à l'idée du voyage sous ses différentes formes. En d'autres termes, je considère les relations entre le tourisme et le pèlerinage. Il ne s'agit pas d'une relation d'égalité, ni de causalité simple ; on ne saurait en effet montrer l'identité des deux phénomènes. Le touriste n'est pas nécessairement un pèlerin, et inversement, on ne peut faire l'amalgame et considérer tout pèlerin comme un touriste qui s'ignore. Mon hypothèse est donc qu'il existe une homologie de structure entre ces deux univers.

³² G. Bachelard, *L'eau et les rêves*, Paris, Librairie José Corti, 1947, p. 101.

[35]

**Imaginaire touristique
et sociabilités du voyage.**

**Première partie.
Un autre regard sur le tourisme**

Chapitre II

**Esquisse d'une problématique
socio-anthropologique**

[Retour à la table des matières](#)

Nous allons aborder les difficultés liées à la constitution d'un champ autonome de recherche en sociologie du tourisme et proposer quelques pistes de recherche, qui nous semblent pertinentes pour traiter du comportement touristique.

I. VERS UNE SOCIOLOGIE DU TOURISME

Les premiers travaux, réellement sociologiques, sur le tourisme peuvent être attribués à Léopold von Wiese (1930), qui s'inspire des écrits de G. Simmel. En France, G. Friedmann est le premier à s'intéresser au lien entre le loisir et le travail. Dans le monde anglophone, T. Veblen, en 1889, initie la réflexion sur le loisir, tandis que D. J. Boorstin (1964) fait une critique féroce du tourisme moderne, d'après guerre. Depuis trois décennies, la sociologie du tourisme tente de se

constituer comme champ de recherche autonome. La diversité des points de vue et des théories de référence empêche de parler d'une seule sociologie du tourisme. Un consensus se dégage actuellement concernant la nécessité de ne pas isoler [36] ce domaine de recherche d'autres très proches. Certains préconisent ainsi l'établissement d'un lien théorique entre la sociologie du tourisme et celle des loisirs (et du « temps libre »), ou même avec celle du travail, tandis que d'autres chercheurs, comme M. F. Lafant, préfèrent mettre l'accent sur la dimension internationale du tourisme. On peut noter que la ligne de démarcation est un peu plus nette, actuellement, entre la sociologie du loisir, qui travaille à partir de sondages d'opinions et d'attitudes, et la sociologie du temps libre, fondée sur les études budget-temps.

D. Maccannell et, par la suite, E. Cohen posent le tourisme comme l'expression d'une quête d'authenticité de la part du touriste. E. Cohen propose de faire une typologie des touristes à partir des comportements observés sur les sites. Il délimite quatre secteurs de recherche : les touristes eux-mêmes, l'interaction entre les visiteurs et les visités, le système touristique et l'impact du tourisme ³³ sur les pays visités.

D'autres chercheurs insistent sur l'aspect cyclique du tourisme. C'est le cas de G. Machlis et de W. Burch, qui travaillent sur le cycle de vie de la transaction touristique entre visiteurs et visités ³⁴. Enfin, d'autres, comme J. Baudrillard, analysent le tourisme et le loisir dans le cadre général des théories sociologiques et sémiologiques de la consommation.

Définitions « institutionnelles »

L'une des définitions les mieux acceptées actuellement, notamment chez les Américains, consiste à dire que le tourisme est un loisir consacré au voyage. Le touriste serait ainsi un individu qui consacre ses loisirs à voyager, un individu [37] libre d'obligations primaires ou

³³ E. Cohen, G. Dann, Sociology and tourism, *Annals of Tourism Research*, vol. 18, n° 1, 1991, p. 155-169.

³⁴ G. Machlis, W. Burch, Relations between Strangers : Cycles of Structures and Meaning in Tourist Systems, *Sociological Review*, n° 31, 1983, p. 666-692.

secondaires. En fait, cette définition reprend les thèses de J. Dumazedier, qui estime que le loisir, et par extension le tourisme, doit avoir un caractère libérateur, désintéressé, hédonistique et personnel et doit viser le développement personnel de l'individu, conçu comme une fin en soi ³⁵. La définition a influencé l'Organisation Mondiale du Tourisme, qui décrit le temps de vacances comme « un temps d'éducation, un temps de repos, un temps de rencontre et de communication » ³⁶. Ajoutons aussi que J. Dumazedier est connu pour sa fameuse formule des « 3 D », qui considère le développement, le divertissement et la détente comme constitutifs du loisir moderne (est-ce une façon de parodier les 3 S : *Sea, Sex and Sun* ?). Le loisir, tourisme inclus, est ainsi défini selon les motivations des individus. La Conférence des Nations Unies sur le tourisme et les voyages internationaux, en 1963, a proposé quelques définitions, qui sont encore en usage actuellement ³⁷.

Les causes socio-économiques du tourisme

La réflexion sur les « causes du tourisme » a souvent consisté à déceler les facteurs extra-individuels (les variables sociodémographiques), qui poussent ou freinent la consommation touristique. C'est souvent en s'intéressant aux causes des non-départs qu'on a constitué un ensemble de variables sociologiques tentant d'expliquer les pratiques touristiques. Trois variables ont été privilégiées par l'analyse pour leur pertinence : ce sont l'âge, le lieu d'habitation (les habitants des villes voyagent plus que ceux des campagnes ou des régions semi-rurales) et le revenu.

[38]

En France, c'est avec G. Friedmann ³⁸ que les sociologues du travail ont commencé à s'intéresser aux loisirs des ouvriers. Ce sociologue souligne que face au travail à la chaîne qui commence à se géné-

³⁵ J. Dumazedier, *Vers une société de loisir*, Paris, Seuil, 1962.

³⁶ OMT, *Étude sur l'évolution du temps libre et le droit aux vacances*, Madrid, 1983.

³⁷ G. Cazes, *Le tourisme en France*, Paris, PUF, coll. « Que sais-je ? », 1989.

³⁸ G. Friedmann, *Le travail en miettes*, Paris, Gallimard, 1956, 348 p.

raliser dans la France d'après guerre - travail dépersonnalisant qu'il appelle « parcellaire » par comparaison au travail de l'artisan -, les ouvriers développent des activités compensatrices de bricolage ³⁹. Ces travaux effectués chez soi pendant le temps libre constituent des compensations parce que l'homme s'y révèle créateur, qu'il est au contact direct avec le matériau, l'outil et la nature, et qu'il participe, du début jusqu'à la fin, à la fabrication d'un objet. Il mène sa tâche jusqu'au bout, maîtrisant ainsi totalement le processus de production.

Cédant à une certaine facilité, on a systématisé cette conception et on est venu à analyser le tourisme et le loisir comme une simple réponse à des frustrations dans le travail. C'est la thèse du loisir-compensation, des vacances comme « soupape ». Ainsi, celui qui vit dans l'anonymat des grandes organisations, comme un simple exécutant au bureau, à l'usine ou ailleurs, va rechercher dans les vacances le moyen d'être reconnu, d'exister en tant que personne. Le travailleur manuel va privilégier les vacances passives, comme la télévision, l'intellectuel s'initiera aux sports physiques et le sédentaire s'extasiera devant le moindre brin d'herbe. La théorie du loisir compensateur, variante de celle du loisir « aliéné », est encore vivace aujourd'hui. Elle fait du loisir (et du tourisme) un phénomène directement déterminé par le travail ; cela débouche sur la constitution d'un nouveau champ de recherche : la sociologie du temps libre.

Un autre facteur, l'extension du temps de repos et, surtout, son aspect homogène, a marqué fortement les pratiques de loisir. Avant de disposer de cinq semaines de vacances, le [39] monde du travail est passé d'une forme d'oisiveté forcée à une surcharge de travail. On travaillait moins avant la révolution industrielle, la moyenne des durées journalières de travail excédait à peine quatre heures, selon les historiens. Les fêtes religieuses, les pèlerinages et le rythme de la vie agricole faisaient qu'on travaillait moins au Moyen Age. Bénigno Caceres écrit qu'on peut « affirmer sans crainte d'erreurs que les compagnons du Moyen Age avaient au moins quatre-vingt-cinq jours de fêtes chômées, en comptant les dimanches. Si l'on ajoute à cela les jours de chômage pour causes d'intempéries, les difficultés d'approvisionnement en matières premières, les maladies, les événements imprévus,

³⁹ Le désir d'économiser de l'argent n'est pas à exclure, bien sûr.

on arrive à un nombre impressionnant de jours de repos »⁴⁰. Les jours fériés étaient imposés par l'Église au grand dam des paysans qui n'étaient pas payés pendant ces arrêts de travail.

La tendance s'inverse au XVIII^e siècle, la durée du travail s'allonge considérablement et suscite les premières contestations ouvrières⁴¹. En 1778, la suppression du dimanche fut demandée et votée, et ce, pour empêcher « l'ivresse des ouvriers ». Pendant la Révolution française, on tenta même d'abolir les jours fériés, « ennemis du commerce ». La durée moyenne du travail variait entre douze et seize heures par jour. Des conflits sérieux pour des revendications semblables sont relevés en divers points en 1832, 1833, et en 1846... Après l'échec de la Révolution de 1848, la durée légale de la journée de travail - réduite pendant six mois à dix heures - est ramenée à douze heures : il faudra attendre plus de soixante ans pour que la revendication soit satisfaite⁴². Ce [40] n'est qu'en 1919 qu'on instaure peu à peu la journée de huit heures ; quant à l'institution des congés payés, elle est le fait du front populaire avec la loi du 20 juin 1936 - il s'agissait, à l'époque, de garantir à tout salarié quinze jours de vacances par an dont douze jours ouvrables.

On peut citer aussi d'autres facteurs macrosociologiques qui ont favorisé le tourisme et le loisir : le développement des transports, la généralisation des loisirs à l'ensemble de la population et la reconnaissance officielle dont jouissent le tourisme et le loisir, c'est-à-dire le droit au loisir et aux vacances comme exigence légitime de l'individu, reconnue par l'État.

On s'est alors intéressé aux caractères fondamentaux de la demande vacancière pour en connaître les variables déterminantes. Les sociologues, emboitant le pas aux économistes, ont ainsi dressé un portrait de la demande touristique en fonction des variables, déjà citées,

⁴⁰ B. Caceres, *Loisirs et travail, du Moyen Age à nos jours*, Paris, Seuil, coll. « Peuple et Culture », 1973, p. 31.

⁴¹ G. Cazes, *ibid.*, p. 31 ; J. Faucher et L. Lorenzi, *Vacances pour un autre temps*, Paris, Editions Sociales 1982, 310 p.

⁴² On estime en moyenne à seize heures la durée de la journée de travail en 1846, douze heures en 1848, 11 heures en 1891 pour les femmes et les enfants, dix heures en 1912, et huit heures à partir de 1919 ; B. Caceres, *ibid.*, p. 242.

comme la commune de résidence, la catégorie socioprofessionnelle et l'âge. En faisant des croisements selon la région d'origine, le type de vacances choisi, le type d'hébergement, de transport et de destination, on atteint une connaissance, assez précise, de la population vacancière. Les études de Maison de la France, ou de l'INSEE, donnent des statistiques sur cette population. Les plans de marchéage des entreprises touristiques y puisent abondamment pour définir des politiques commerciales adaptées aux différents types de clientèle ainsi délimités. Tout cela ne nous apprend que peu de chose sur les significations du phénomène et sur le sens inscrit dans ces activités ; et c'est à ce niveau, me semble-t-il, que doit intervenir le sociologue. Car, à trop « coller » à une problématique économique, on perd un peu la question du *sens* de ces comportements vacanciers, question qui me paraît constitutive d'une véritable réflexion sociologique sur ce sujet.

[41]

II. LES MOTIVATIONS

[Retour à la table des matières](#)

Le tourisme correspond-il à un « besoin » humain ? Il ne s'agit évidemment pas, ici, de mener une réflexion de mercatique, mais bien de tenter de cerner des variables psychosociologiques qui expliqueraient le besoin de vacances. Après examen de quelques variables « lourdes » telles l'âge, le revenu, le lieu d'habitation, le temps et le type de travail, il importe de revenir à des considérations plus microsociologiques, qui concernent directement ce besoin de partir. Cependant, avant d'aller plus loin, clarifions ce terme de *besoin*. Selon A. Maslow, au-delà des besoins physiologiques, l'individu agirait en fonction des besoins psychosociologiques de sécurité, d'appartenance et de reconnaissance sociales ; cette thèse est contestée car les « besoins » sont façonnés par l'histoire, les modes et l'environnement culturel ⁴³. Cela dit, les études de marché utilisent peu ce terme et font plutôt référence aux « motivations » des touristes. L'étude de motivation est censée

⁴³ J. Baudrillard, Pour une critique de l'économie politique du signe, Paris, Gallimard, 1972, p. 83-94. G. Balandier, Le dédale. Pour en finir avec le XXe siècle, Paris, Fayard, 1994.

chercher parmi les multiples causes du tourisme celles qui mettent l'individu en acte. Bien que souvent menée pour corriger ou enrichir une étude de marché, l'étude de motivation ne saurait toutefois se réduire à une technique de mercatique. Plus qu'une simple technique, cette étude devrait permettre de connaître les valeurs sociales qui légitiment les comportements observés. Elle n'y parvient pas toujours, car la notion de motivation ne se situe pas sur le plan objectif du réel, mais bien au niveau du désir, de l'imaginaire. Elle s'inscrit dans un univers de sens.

[42]

La consommation ostentatoire

T. Veblen fut l'un des premiers auteurs à s'intéresser à l'évolution du loisir. Son ouvrage sur la classe de loisir, écrit en 1889, est un classique dans notre discipline ; c'est d'ailleurs le premier travail théorique consacré exclusivement au loisir. T. Veblen constate que le loisir n'est plus un état dépendant de la naissance ; la caste oisive des aristocrates a vécu et se retrouve remplacée par une autre catégorie sociale, la classe bourgeoise du XIXe siècle. Ces nouveaux maîtres, malgré leur idéologie qui fait du travail la valeur centrale du nouveau système social, ne rêvent que d'une chose : imiter les anciens aristocrates. C'est à travers le loisir qu'ils pensent y parvenir, en donnant les gages de leur nouveau statut. Le loisir, c'est d'abord une consommation de temps ; les bourgeois s'affichent en toute occasion pour démontrer leur inactivité dans une sorte de dépense ostentatoire et de gaspillage du temps. Ils s'adonnent à une consommation effrénée d'objets de luxe ou d'objets inutiles, qui ne valent que par le prix qu'ils ont été payés. Le bourgeois ne consomme pas pour lui-même mais pour montrer aux yeux de tous ce que son nouveau statut lui permet d'obtenir. Le loisir et la consommation ostentatoire deviennent un symbole de classe, un signe de distinction sociale ⁴⁴. On peut rapprocher de ce mode de loisir le Potlach observé par les ethnologues dans des sociétés préindustrielles. La surconsommation, le gaspillage aux yeux de tous sont des signes de reconnaissance, qui situent l'individu dans la hiérarchie sociale. T.

⁴⁴ T. Veblen, *Théorie de la classe de loisir*, Paris, Gallimard, 1970.

Veblen étend son analyse aux activités de loisir, telles que la chasse ou les sports mondains, qui prennent du temps et sont prisées parce que apparemment « inutiles » économiquement. Ce mode de loisir n'a pas complètement disparu de notre société, même si les distinctions sociales s'affichent différemment dans les comportements, selon des codes [43] très subtils et très opaques pour les profanes. Les consommations et les activités de loisir participent encore du statut social d'un individu. Néanmoins, on ne peut réduire le tourisme et le loisir uniquement à une pratique de distinction. Les études de marché de nombreux instituts de sociologie appliquée notent que le souci du « standing » est en perte de vitesse depuis une vingtaine d'années. Cela ne veut pas dire, bien sûr, que ce souci ait complètement disparu de l'esprit des gens.

Il me semble plus juste de parler de quête d'appartenance sociétale, et même d'une quête de sens, pour expliquer les comportements actuels des vacanciers. Les individus n'agissent plus, exclusivement, en fonction d'une élite sociale à copier dans ses comportements, mais en fonction des sociabilités qu'ils privilégient : groupe de pairs, collègues de bureau, voisins, famille ou gens du même métier. La démocratisation croissante de l'accès au loisir et aux voyages, la forte poussée de la classe moyenne dans la configuration sociologique des pays développés, la disparition de groupes « leaders » en termes de modes ou de standing et la croissance des crédits à la consommation font que la catégorie socioprofessionnelle n'est plus la seule variable déterminante. On a observé le même phénomène, entre autres, dans la mode vestimentaire où il n'existe plus de groupe de référence dominant. Quelques travaux montrent bien l'« éclatement » de cette élite de référence en une multitude de micro-sociétés ⁴⁵.

À cela s'ajoute la pluralité des centres de pouvoir et des modèles comportementaux (gens des médias, intellectuels, chanteurs, acteurs, hommes d'affaires, grands sportifs et autres idoles). On s'aperçoit que la lecture des phénomènes sociaux ne peut plus se faire, exclusivement, sur le modèle des classes dominées imitant les bourgeois. Le rôle que joue l'école dans la diffusion de certaines pratiques sportives, longtemps réservées à une élite, le développement des formules [44] de tourisme social, l'égalisation globale des professions font que cer-

⁴⁵ J.-F. Lyotard, *La condition postmoderne*, Paris, Minuit, 1979, p. 29-35.

tains sociologues se demandent si l'effet inverse n'est pas en train de se produire, à savoir s'il n'existe pas une tendance chez l'individu à vouloir s'affranchir des appartenances sociales habituelles pour en adopter d'autres, plutôt qu'à vouloir imiter la couche sociale supérieure.

Cela annonce une forme de « néo-communautarisme ». Il ne s'agit pas de montée de l'individualisme ; ce leitmotiv journalistique ne fait, en réalité, que souligner l'isolement de l'individu face à la massification des comportements et à la faiblesse des instances institutionnelles et des communautés de base dans les pays développés. On a trop tendance à confondre atomisation sociale et individualisme. G. Gurvitch ⁴⁶ montre bien la relation inversement proportionnelle qui existe entre l'importance de la masse et l'apparition du sentiment individualiste. Il souligne, paradoxalement, que le sentiment individualiste ne peut exister qu'en écho à un fort sentiment d'intégration communautaire. La « masse » informelle et impersonnelle ne permet pas cela. Aussi, les pratiques de loisir s'expliquent-elles plus par des styles de sociabilités, que par un conditionnement généralisé, induit par la stratification sociale. Autrement dit, la compétition statutaire n'est pas une « loi » sociologique. La théorie de T. Veblen apparaît ainsi comme une variable explicative, certes pertinente, mais à portée moyenne et circonscrite dans le temps ; elle ne peut rendre compte de la totalité du phénomène du tourisme sans se transformer en réductionnisme sociologique.

⁴⁶ G. Gurvitch, *Essais de sociologie*, et *La vocation actuelle de la sociologie*, Paris, PUF, 1950 (chap. III) ; G. Gurvitch écrit : « On ignore ce fait essentiel que, plus le sentiment social est intense, moins il est oppressif et extérieur, car il pénètre alors dans l'intimité du moi qui se trouve lié intérieurement aux autres moi. »

Et, également, G. Balandier qui critique la célébration de l'individualisme car elle « (...) oublie que, dans sa forme présente, celui-ci résulte moins d'une conquête desserrant les contraintes d'une société contraire que l'état relâché des choses sociales ; c'est plus un *individualisme par défaut que par volonté* » (in *Le dédale*, op. cit, p. 200).

[45]

Les fonctions du loisir touristique

En France, Joffre Dumazedier attribue trois fonctions principales au loisir : la détente, le divertissement et le développement ⁴⁷. Fonctions et motivations sont quasiment synonymes dans l'approche de cet auteur. La fonction de détente signifie tout simplement que le touriste recherche le repos et la libération des soucis ainsi que des contraintes de la vie quotidienne. Le divertissement vient donner un caractère plus dynamique au loisir, qui n'est plus un simple moment de récupération, mais devient une quête de bien-être et de plaisir. Se divertir, c'est, pour certains, oublier, pour un moment, la monotonie de la vie quotidienne et, pour d'autres, s'adonner à des jeux ou à des activités qui réalisent une rupture avec le cadre de vie habituel. C'est l'acceptation la plus admise par l'opinion collective. Le loisir touristique ne vaut ainsi que pour la part d'hédonisme, de ludisme qu'il suppose.

J. Dumazedier voit également dans le tourisme et le loisir une occasion de perfectionnement personnel ; le loisir permet d'exercer certaines activités récréatives épanouissantes pour l'individu, il aide à s'exprimer et à exprimer des talents non exploités dans la vie ordinaire ; il a une fonction de « développement » personnel. Une dimension d'autodidaxie est en effet présente dans le loisir : formation, perfectionnement et recyclage sont souvent attendus ou entrepris par les individus. On veut joindre l'« utile » à l'agréable. Le Club Med, parmi d'autres organismes de vacances, n'hésite pas à associer vacances et autoformation dans ses villages ; il n'est pas le seul à le faire.

Le tourisme a également une fonction de socialisation. En effet, la complexité de la vie moderne, l'éclatement et l'appauvrissement du lien familial, l'anonymat des grands [46] ensembles et des grandes mégapoles, et d'autres facteurs notamment professionnels, génèrent un isolement et une atomisation des individus. Le tourisme, comme antidote à la solitude, motive bien des comportements de voyage. Certains

⁴⁷ J. Dumazedier, *Vers une civilisation du loisir ?*, op. cit, p. 28.

villages de vacances sont synonymes de clubs de rencontres amicales ou amoureuses.

Une dernière composante importante du loisir et du tourisme est la dimension thérapeutique. La vie moderne ne facilite pas l'usage de tous nos sens. La médecine du travail a depuis longtemps constaté un affaiblissement de l'acuité auditive, olfactive et visuelle. En y ajoutant les nuisances liées à un travail sédentaire, de plus en plus statique, et dans lequel nos capacités physiques sont peu sollicitées, on comprend que le loisir et le tourisme constituent un remède privilégié. Jean Piaget a bien montré le lien entre le développement des capacités sensorielles et motrices et un bon développement des capacités mentales chez l'enfant. Les Américains l'ont compris, eux qui organisent des cours d'éveil sensoriel dans leurs écoles. Les Scandinaves, quant à eux, insistent régulièrement, au moyen des campagnes de presse, sur la nécessité de pratiquer un sport, de soigner son alimentation et de veiller à avoir une hygiène de vie saine pendant les loisirs et au moyen de ceux-ci.

On ne peut conclure cette section sans mentionner, une deuxième fois, les travaux d'Abraham Maslow, tant ils sont utilisés dans les études sur la « psychologie » des consommateurs. Cette théorie a donné lieu à quelques fantaisies prospectives tenant de la voyance pure. Ainsi, un auteur américain, Mitchell, prétend que la période de 1900 à 1930 correspondait à un désir de sécurité, que celle de 1930 à 1950 aurait été dominée par un besoin d'appartenance, que de 1950 à 1970, le succès et la réalisation auraient primé, et qu'à partir de 1980 on serait entré dans l'ère du développement personnel.

Les travaux de Iso-Ahola (1980) et de Festinger (1954) ont montré que le besoin de réalisation, par exemple, ne s'effectue, [47] puisque il n'y a pas de critères objectifs de jugement, qu'à travers la comparaison à d'autres personnes de son entourage⁴⁸. Autrement dit, les modèles de réussites sociales préexistent à l'individu qui ne fait que choisir dans une gamme de rôles sociaux ceux qui leur conviennent, c'est-à-

⁴⁸ S. E. Iso-Ahola, *The social psychology of leisure and recreation*, Dubuque, Iowa, Wm. C. Brown Company Pub, 1980 ; et Festinger et Katz, *Les méthodes de recherche dans les sciences sociales*, 2 vol., PUF, 2e éd, 1963 ; et A. Maslow, *Motivation and personality*, New York, Harper & Brothers, 1954, 412 p.

dire ceux qui sont valorisés par son milieu. Bref, le besoin d'autoréalisation est socialement motivé.

III. APPROCHES ANTHROPOLOGIQUES

[Retour à la table des matières](#)

L'attention des anthropologues a été retenue par les dimensions d'acculturation, de rencontre interculturelle, qu'encouragerait le tourisme. Ils ont aussi voulu connaître ce qui motive la pratique touristique, et ce qui, dans une société donnée, explique le type de tourisme pratiqué. L'anthropologie va considérer le tourisme comme un fait social total, un domaine impliquant l'homme entièrement. C'est donc à un niveau plus profond, celui des motivations non conscientes ou latentes, que va se porter l'analyse.

Aspect rituel du tourisme

Notons que depuis les Indépendances africaines, suite aux travaux de G. Balandier et de L. V. Thomas, l'Université accepte, de plus en plus, les enseignements donnés sous l'appellation « anthropologie sociale et culturelle ». Plus qu'un simple changement de terminologie, il s'agit là d'une importante [48] translation théorique qui permet la construction d'objets d'étude ne relevant pas obligatoirement de l'« exotisme » et induisant « une réciprocité de perspectives » (G. Gurvitch).

Cela dit, les anthropologues se sont assez peu intéressés au touriste lui-même, à ses motivations, à ses comportements et aux causes structurelles expliquant l'évolution du tourisme, ainsi qu'aux différents types de tourisme observables.

On considère le tourisme international comme un lieu de rencontres interculturelles, avec uniquement la dimension d'impacts et d'effets socioculturels sur la culture hôte, qu'on se doit d'analyser. Quelques chercheurs tentent actuellement d'utiliser des notions développées ailleurs qu'en Occident afin de comprendre les comportements modernes. Ainsi, Nelson Graburn voit deux sortes de tourisme : les

vacances annuelles et périodiques, qui sont parallèles aux rites cycliques d'intensification, et le tourisme d'épreuves, qui est parallèle aux rites de passage⁴⁹. Le caractère routinier, répétitif et prévisible qu'on observe dans les comportements touristiques explique qu'on les rapproche ainsi d'un rituel. Le rite se définit comme une manière d'agir propre à une personne ou à un groupe social, revêtant un caractère invariable et répétitif (cf. les rites de vœux du Nouvel An). Il est également défini comme un ensemble de règles et de cérémonies qui se pratiquent dans une Église, une franc-maçonnerie ou une communauté religieuse.

Le tourisme exprime une dimension plus personnelle de rupture par rapport à la vie habituelle ; il suggère l'idée d'un passage d'un état mental ou social donné à un autre, plus valorisé, et vécu comme « autre » et ce, souvent sur un mode euphorique, à l'instar d'autres moments forts de la vie (mariage, promotions, etc.). En cela, le tourisme est proche des rites de passage. Ceux-ci sont définis par l'ethnologue français Arnold Van Gennep comme des « cérémonies accomplies en vue de [49] changer de statut » ; il s'agissait, initialement, du passage du statut d'adolescent à celui d'adulte dans les sociétés dites traditionnelles. Ces rites ont existé en Europe et existent encore sous une forme moins codifiée que dans les sociétés extra-européennes. Ils sont constitués de trois séquences que doit vivre tout initié : une de séparation, l'autre d'isolement et une dernière d'agrégation au groupe ; trois temps de l'initiation qui correspondent en fait aux trois temps ritualisés du voyage : départ, séjour sur place et retour. En effet :

- *Le voyage est d'abord imaginé* ; voir à ce propos le succès de la littérature d'invitation au voyage, sans parler de la télévision et du cinéma. Combien n'ont pas découvert l'Italie à travers Stendhal, la Turquie à travers Loti, la Corse à travers Mérimée ? Comme le dit Michel Marié : « Il n'y aura probablement pas de "Lubéron touristique" sans l'imaginaire littéraire d'un Giono... ou d'un Bosco chez qui la montagne prend une part prépondérante en tant que lieu purificateur et para-

⁴⁹ N. Graburn, The Anthropology of Tourism, *Annals of Tourism Research*, vol. 10, n° 1, 1983.

dis retrouvé. » ⁵⁰ Personne n'est jamais parti à la découverte de l'inconnu absolu. Même Christophe Colomb croyait se diriger vers les Indes. Plus le voyage est aventureux, plus grand est le « travail » de l'imagination avant le départ : plus que la découverte, le voyage est la poursuite d'un rêve, la promesse de changer littéralement de monde, de revenir ressourcé et autre, c'est la promesse d'une nouvelle naissance. Gilbert Trigano, le cofondateur du Club Med, le dit clairement : « Vendre du voyage, c'est vendre du rêve. » Un Australien conseille ceci aux agents de voyage : « Ne parlez pas de l'idée de ce que, vous, vous rêvez de lui vendre ; partez de l'idée du rêve qu'il veut acheter. Et vous taillerez votre marchandise sur ce modèle. » ⁵¹ On voit que c'est avant tout du signifiant que l'on achète dans le voyage, le symbole d'une nouvelle naissance : « Faire peau [50] neuve, revenir différent. » Au-delà des motifs invoqués par les touristes pour justifier leurs déplacements, nous voyons apparaître un noyau de sens qui fait du voyage l'équivalent symbolique d'un rite de passage.

- *Ensuite il est vécu*, avec là aussi toute une littérature d'accompagnement du voyage, à commencer par les guides.

- *En dernier lieu, au retour, il est raconté, commenté, illustré* par des photos, des films et des objets-souvenirs, remémoré lors des soirées diapositives, sans compter les innombrables récits de voyage que tout écrivain-journaliste actuel se croit obligé de publier - à l'instar de ce qui se faisait, il y a deux siècles.

⁵⁰ M. Marié (en coll. avec Ch. Tamisier), *Un territoire sans nom. (Pour une approche des sociétés locales)*, Paris, Librairie des Méridiens, 1982, p. 122.

⁵¹ M. Boyer, *Le tourisme, op. cit.*, p. 213.

Un objet non identifié

Dennison Nash ⁵² propose une définition sociologique de notre domaine de recherche. Il considère les touristes comme des individus en situation de loisirs, et le tourisme est l'activité qu'ils pratiquent lorsqu'ils sont dans cette situation. D. Nash soutient que c'est la rencontre interculturelle qui fonde une approche anthropologique du tourisme : elle serait le véritable objet d'une connaissance anthropologique du système touristique moderne.

Cette proposition pose quelques problèmes : le tourisme intérieur à un pays et le tourisme de proximité échappent à cette définition. Signalons que Jean-Didier Urbain ⁵³ propose de distinguer le tourisme, « activité vacancière foncièrement attachée à la mobilité », de la villégiature, synonyme d'immobilité, du moins résidentielle. Autant d'aspects que la définition de D. Nash néglige. En outre, la notion de « rencontre » est une notion passe-partout. Je ne parlerai pas de son utilisation [51] démagogique à des fins multiples, quelques-unes avouables, d'autres pas. La définition de D. Nash pêche par trop de généralisation, ce qu'il reconnaît lui-même en invitant le lecteur à la prudence quant à une définition anthropologiquement satisfaisante de ce phénomène.

L'auteur a néanmoins mis l'accent sur le fait que le tourisme n'est pas spécifique aux cultures modernes ; on retrouve les mêmes comportements dans d'autres cultures et à d'autres époques. C'est ce qu'il nomme le « prototourisme ». Il cite le cas de l'Antiquité grecque, ou romaine, et aussi de ce que l'on pourrait appeler un prototourisme, présent, selon D. Nash, dans certaines populations pré-industrielles. Les voyages « inutiles » ne sont pas l'apanage de la modernité, Sénèque, Hérodote, Pausanias abordent ce thème même si l'on ne peut pas réellement parler de tourisme. René Duchet ⁵⁴ montre bien la filiation historique entre tourisme moderne et voyages anciens.

⁵² D. Nash, *Tourism as anthropological subject*, *Current anthropology*, vol. 22, n° 5, octobre 1981, p. 461-481.

⁵³ J.-D. Urbain, *L'idiot du voyage*, *op. cit.*, chap. 7.

⁵⁴ R. Duchet, *Le tourisme à travers les âges*, Paris, Ed. Vigot, 1949.

Une autre tentative de définir le tourisme d'un point de vue anthropologique est faite par Nelson Graburn ⁵⁵. Elle semble plus opérante que celle de D. Nash, dans la mesure où elle appréhende le tourisme dans une perspective ouverte, où les notions de jeu, de pèlerinage et de rituel sont évoquées. N. Graburn définit parfois le tourisme comme un rituel moderne. À l'occasion, il reprend les termes de D. Nash et évoque un individu disposant de loisirs qu'il consacre à voyager. Signalons que Nelson Graburn avait déjà proposé, en 1977, une typologie des pratiques touristiques ⁵⁶ où il avait distingué le tourisme de nature du tourisme de culture. À l'intérieur du premier genre, il incluait le tourisme « historique » [52] (visites de musée, de cathédrales, de sites archéologiques et de monuments). Le deuxième type comprenait le tourisme « écologique » (visites de terres peu explorées, de parcs et de réserves naturelles, de régions peu industrialisées, etc.) et le tourisme « environnemental ». Celui-ci se composait d'un tourisme « récréationnel » : sportif, ludique, balnéaire et sédentaire et d'un tourisme « convivial », à savoir les vacances comme occasion de se retrouver ensemble, en famille, avec des amis, ou tout simplement, de participer, avec d'autres, à des colloques, des congrès, des festivals. Entre les deux grands types de tourisme, voués à la « culture » ou à la « nature », venait se glisser le tourisme « ethnique », consacré à connaître les us et coutumes de populations exotiques et de villages ruraux.

La dimension de contact interculturel disparaît dans l'approche de N. Graburn. Cet auteur a privilégié quelques traits du phénomène touristique, quitte à négliger l'aspect transculturel ; il est néanmoins l'un des premiers théoriciens du tourisme à insister sur les ancrages anthropologiques de ce phénomène. L'utilisation de la notion de jeu, empruntée à V. Turner, celle de rituel moderne, due à D. Maccannell, et celle de rites d'inversion et de rites de passage, développée par Arnold Van Gennep, ouvrent un champ heuristique stimulant. N. Gra-

⁵⁵ N. Graburn, *The anthropology of tourism, op. cit.*, et aussi D. J. Greenwood, Authenticity, dans *Cultural Survival Quarterly*, vol. 6, n° 3, 1982, p. 8-27 ; et L. Thrilling, *Sincerity and Authenticity*, Londres, Oxford University Press, 1972.

⁵⁶ N. Graburn, Tourism : The sacred journey, in V. L. Smith, *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania Press, 1977, p. 27.

burn considère néanmoins que le pèlerinage est, par essence, une affaire « sérieuse », nullement comparable à la frivole déambulation touristique. Cela est contestable ; on citera, plus loin dans ce texte, des cas où le pèlerinage apparaît sous une forme dionysiaque et festive.

IV. TOURISME ET LIEN SOCIAL

[Retour à la table des matières](#)

Certains auteurs, s'inspirant de E. Durkheim, voient dans ces longues processions touristiques modernes un rituel, célébré à dates fixes, et accompli en vue d'intensifier le lien social, qui tend à se relâcher dans les sociétés modernes complexes. [53] E. Durkheim a, en effet, montré que certains rites religieux servent d'abord à consolider le sentiment d'appartenance communautaire, par le jeu, l'effervescence ou l'excès en tous genres. Il souligne bien l'origine sociale de la religion, ou du moins, sa fonction d'expression et de renforcement du lien social. « La force religieuse n'est que le sentiment que la collectivité inspire à ses membres, mais projeté hors des consciences qui l'éprouvent, et l'objective. Pour l'objectiver il se fixe sur un objet qui devient ainsi sacré. » Il ajoute que « la vie religieuse suppose la mise en œuvre de forces *sui generis* qui élèvent l'individu au-dessus de lui-même, qui le transportent dans un autre milieu que celui où s'écoule son existence profane et qui le font vivre d'une vie très différente, plus haute et plus intense »⁵⁷. Le tourisme de masse présente un de ces aspects d'intensification du lien social.

Deux logiques symboliques

Les sociabilités touristiques ne sont pas seulement une copie conforme du lien social existant dans la société. Le tourisme offre un lieu où les rapports à soi et aux autres subissent une forme de redéfinition.

⁵⁷ E. Durkheim, *Formes élémentaires de la vie religieuse*, Paris, Alcan, 1912, p. 24 ; et E. Durkheim, Présentation des « formes élémentaires de la religion » à la Société française de philosophie, in *Bulletin de la Société française de philosophie*, n° 13, 1923, p. 23.

tion. Un rêve de re-naissance sociale taraude l'imaginaire du vacancier. Jouer à être un autre, fantasmer sur une nouvelle donne identitaire, pouvoir être, pour un instant, artiste, sculpteur, séducteur, chanteur, grand seigneur constituent l'ordinaire onirique de nombreux estivants.

Il me semble clair que deux logiques symboliques de comportement se donnent à voir dans le tourisme :

- Une logique qui souligne et « célèbre » la différenciation sociale. C'est toute la fonction de « distinction » et de compétition statutaire (C.T. Veblen).

[54]

- Une autre logique, plus « communautaire », plus proche d'un idéal pèlerin de la « *communitas* » (V. Turner), qui se présente comme une sorte de nostalgie fusionnelle où statuts sociaux, individualités et environnement sociétal sont comme gommés ou, du moins, rituellement mis à mort, pour fonder un simulacre de société idéale dont on retrouve encore, ici et là, dans la publicité ou les expériences de village de vacances, toute l'efficacité symbolique.

Ces logiques s'interpénètrent. Il est rare de rencontrer des comportements directement redevables d'un seul pôle comportemental : un loisir ostentatoire renvoie à une forme de jeu sur une appartenance subculturelle. C'est une autocélébration propre à une « tribu » moderne, à une couche sociale ou à une sociabilité particulière.

Pour mieux en expliciter la dichotomie, je prendrai appui sur la nuance qu'introduit Pierre Bourdieu entre la notion de culture « populaire » et celle de culture dominante : « Ceux qui croient en l'existence d'une "culture populaire" (...) doivent s'attendre à ne trouver (...) que les fragments épars d'une culture savante plus ou moins ancienne ⁵⁸. » On peut déceler le même phénomène dans l'univers des pratiques touristiques ; il me semble que « des fragments épars » d'une culture touristique « aristocratique », apanage des rentiers du XIXe siècle, se retrouve, encore aujourd'hui, dans les comportements de loisirs des clas-

⁵⁸ P. Bourdieu, *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Minuit, 1979, p. 459.

ses moins aisées. Inversement, une forme de convivialité « populaire » se déploie, y compris dans le loisir le plus huppé.

Il reste à souligner un point : l'interférence constante et la dialectique qui s'établissent entre ces deux modes de vacances, l'un élitare, l'autre « populaire ».

[55]

Solidarité mécanique et solidarité organique

En effet, on peut parler d'ambivalence comportementale observable sur les lieux de villégiature et dans les habitudes touristiques. La coprésence de ces pôles comportementaux se manifeste par une relation de subordination entre valeurs de « relance » ou de « communion » et valeurs d'individuation et de distinction. Ces deux « logiques » sont difficiles à réunir, elles s'excluent souvent l'une l'autre, mais il n'en demeure pas moins qu'elles sont empiriquement présentes à des niveaux différents. Un même groupe d'individus peut fonctionner, selon les moments, sur l'un ou l'autre de ces modes. Les touristes peuvent se vivre comme un groupe homogène face aux « autres ». Cela n'exclut pas des attitudes de différenciation au sein du groupe selon des critères divers : niveau culturel, profession, etc. Généralement, le sexe, l'âge ou la nationalité servent de ciment à la constitution de ces groupes.

Cela dit, c'est en postulant l'existence de cette ambivalence symbolique que l'on peut rendre compte des rites d'inversion, d'intensification et d'initiation, observables dans le tourisme. Un mécanisme ludique d'inscription dans l'une ou l'autre logique va donner sens à ce rituel d'inversion et en faire un rite de transgression de frontières symboliques, illustré par le passage d'une sociabilité à une autre (de la *communitas* vers la *societas*). L'aspect ludique est omniprésent dans ces mécanismes relationnels. La notion de *jeu* introduit deux dimensions importantes :

- Une *dimension temporelle*, ou plutôt un imaginaire de rupture totale par rapport à l'environnement extérieur à la bulle touristique.

Rappelons que Georges Gurvitch attribue à chaque sociabilité une temporalité propre et que Roger Caillois, Johan Huizinga et Donald W. Winnicott insistent sur la dimension de « sortie du temps » que réalise le jeu. Dans notre cas, la sociabilité fusionnelle (la *communitas*) offre un exemple d'isolat spatio-temporel parfait. C'est ce qui [56] explique, d'ailleurs, le succès du thème de l'île dans l'imaginaire du tourisme. Les psychanalystes parleraient d'une forme de régression intra-utérine. On préfère, quant à nous, y voir une forme de nostalgie d'une communauté idéale, hors du temps et de l'espace « profanes », durant ce temps fort que sont les vacances. Le jeu, avec ses connotations de sortie du temps et de l'espace, de fusion et de présence totale à l'objet, nous éclaire mieux sur ce qui travaille notre imaginaire de touristes.

- Une autre dimension, drainée par l'aspect ludique des sociabilités de vacances, est celle de *l'apprentissage relationnel*. Ce terme d'apprentissage, vidé de ses contenus psychologisants, est compris ici dans son sens premier de familiarisation, d'initiation à des savoir-faire relationnels. Il s'agit en fait de se resocialiser ludiquement, en s'informant sur les us et coutumes de son époque, c'est-à-dire à s'initier à des subcultures et à des savoir-être propres à des sociabilités données. Ainsi, comme dans toute initiation, il advient dans le voyage une phase de réintégration à la société ou à la sociabilité d'origine, qui s'exprime par une réappropriation individuelle de valeurs collectives (ou micro-sociétales).

L'objet « tourisme » sera, ici, appréhendé théoriquement en relation avec le lien social et avec l'imaginaire lié à l'espace et à l'altérité. L'analyse s'intéressera ainsi, en priorité, à ces deux logiques, l'une différentielle, issue de la société de Cour⁵⁹, et l'autre communelle - si ce n'est populaire⁶⁰ - liée à la pratique des pèlerinages ; on essaiera de montrer que celles-ci prennent source dans cette structure commune que sont les rites de passage.

⁵⁹ N. Elias, *La civilisation des mœurs*, Paris, Calmann-Lévy, 1973.

⁶⁰ R. Hoggart, *La culture du pauvre*, Paris, Ed. Minit, coll. « Le sens commun », p. 327-336.

Ainsi, nous avons d'un côté les processions religieuses et les pèlerinages, avec leurs connotations de société égalitaire et symbiotique, et de l'autre, une tradition de villégiature élitaine [57] tirant sa source de la société de Cour, et qui semble avoir façonné durablement le tourisme.

Même si tous les analystes s'accordent pour attribuer une ascendance aristocratique au tourisme moderne, peu ont pris en considération l'imaginaire de religiosité diffuse qui le colore. Il semble clair pour Claude Lévi-Strauss que les vacances sont « des manœuvres conjuratoires dont le modernisme est sujet à caution. Mettre une fois par an sa culture entre parenthèses pour, en fin de compte, la confirmer, ce n'est pas une invention de campeurs ou de clubs de vacances », il s'agit en fait, selon lui, « de signes de sacralisation annuelle » ⁶¹.

[58]

⁶¹ CI. Lévi-Strauss, Tristes vacances, *Le Nouvel Observateur*, 22 mai 1967.

[59]

**Imaginaire touristique
et sociabilités du voyage.**

Deuxième partie

Espace et tourisme

[Retour à la table des matières](#)

[60]

[61]

**Imaginaire touristique
et sociabilités du voyage.**

**Deuxième partie.
Espace et tourisme**

Chapitre III

Sacré et mobilité spatiale

[Retour à la table des matières](#)

Dès les origines, les hommes ont eu tendance à adorer ce qui leur paraissait mystérieux et fascinant. Les religions antiques de l'Europe et de l'Asie honoraient certains édifices de la nature : forêts, sources, cavernes, dans lesquels habitaient des esprits invisibles que l'on sollicitait pour apaiser les souffrances et prodiguer la santé. Les eaux (chez les Hindous), le feu (chez les Parsis), les fissures du sol (chez les Grecs) étaient les objets d'une vénération quasi religieuse. Quelque contenu que l'individu donne à la puissance sacrale enclose par ces lieux, le sentiment motivant la venue des fidèles trouve son origine dans une religiosité diffuse ⁶². « Une élection spirituelle, faite d'étrangeté, de "fascinants", d'étonnement, de dépassement de l'ordinaire marque ces endroits, une illustration héroïcissante de l'espace et du temps quotidien » façonne l'expérience du visiteur. Même le tourisme « le plus hâtif est voie d'ouverture au sacré, s'il multiplie, volontaire-

⁶² A. Dupront, *Du sacré*, Paris, Gallimard, 1987, voir p. 366-415, chap. « Pèlerinages et lieux sacrés ».

ment ou non, les épreuves de la rencontre avec le grand, l'exaltant, l'autre. Parce qu'il est "tour" fait d'œuvre humaine, en dépit de toutes apparences contraires, le tourisme approfondit, concentre et un jour ou l'autre, entr'ouvre sur l'essentiel » ⁶³.

[62]

I. LE « GÉNIE » DES LIEUX

[Retour à la table des matières](#)

La matière est commune ; aussi bien le pèlerin que le touriste ravivent cette sensation perdue d'une présence pleine du mystère. L'éloignement, le gommage des signes rappelant le cadre de vie habituel se traduisent par la désignation et la fréquentation d'aires géographiques précises auxquelles on attribue toutes les vertus régénératrices, électives et fascinantes des sites sacrés ; tel est le cas de la montagne, de la forêt, des profondeurs de la terre, œuvres de la nature. Tel est aussi le cas des villages, des côtes et des vallées où les hommes ont éprouvé en commun leur force et leur faiblesse, en un mot, leur condition : les réalisations humaines (des pyramides aux cathédrales), les diverses fièvres guerrières (Verdun, Waterloo, etc.) illustrent ce marquage de l'espace par le temps. Ainsi peut se retrouver en filigrane ou d'une manière massive, aussi bien chez le marcheur vers Dieu que chez l'exote moderne, la tridimensionnalité proposée par Rudolf Otto ⁶⁴, à savoir le *tremendum*, la *majestas*, et le *mysterium fascinans*, qui donnent corps à la notion de sacré.

⁶³ A. Dupront, Tourisme et pèlerinage, in *Communications*, n° 10, op. cit., p. 101.

⁶⁴ R. Otto, *Le sacré*, Paris, Payot (Petite Bibliothèque Payot), 1969, p. 29.

Sacré et profane

« Un homme uniquement rationnel est une abstraction ; il ne se rencontre jamais dans la réalité. Tout être humain est constitué à la fois par son activité consciente et par ses expériences irrationnelles. Or les contenus et les structures de l'inconscient présentent des similitudes étonnantes avec les images et les figures mythologiques. »⁶⁵ Divers travaux ont [63] corroboré cette proposition en prenant des cheminements spécifiques.

Cependant, les termes de sacré, de *profane* ou de *religiosité* peuvent prêter à confusion, il faut expliciter les acceptions qu'on leur donne ici. François-André Isambert⁶⁶ souligne la complexité de ces notions, et des difficultés liées à la définition de l'objet de la sociologie religieuse. Aussi, préfère-t-on utiliser le mot de *religiosité* qui signifie ici deux choses : la première est que ce terme dépasse le cadre strict d'une religion ou d'une Église, la seconde consiste à souligner l'aspect de « relation » (relation à soi, à l'autre, aux objets et à l'espace) contenu dans l'étymologie même du mot religion (en latin *religare*).

Rappelons ici une différence sémantique entre les qualificatifs de saint et de sacré. Le premier qualificatif a trait au monothéisme ; « tout ce qui est sentiment religieux à l'égard d'autre chose que le Dieu unique est mis dans la même catégorie de "païen" et le terme sacré est appliqué à son objet »⁶⁷. Ce dernier point s'illustre clairement dans la catholicité : à la division prémonothéiste entre le sacré et le profane on oppose un autre clivage entre ce qui est saint (sanctifié par l'Église) et ce qui est temporel. L'expression « saint » devient ainsi l'antinomie de « sacré », ou au moins une réduction extrême de ce terme. On le perçoit bien au Maghreb avec le trouble que suscite le culte des saints dans l'esprit des autorités religieuses. Cela est aussi valable dans la chrétienté. Les condamnations de certains pèlerinages par l'Église et la

⁶⁵ M. Eliade, *Le sacré et le profane*, Paris, Gallimard, 1985, p. 27.

⁶⁶ F.-A. Isambert, *Le sens du sacré, fête et religion populaire*, Paris, Minuit, 1982.

⁶⁷ F.-A. Isambert, op. cit., *ibid.*, p. 284.

gêne suscitée par les cultes mariaux et les « miracles » révèlent une « volonté » de limiter le champ sacré aux seuls préceptes monothéistes ; tandis qu'une tendance contraire (« païenne ») aspire à déborder le domaine « saint » des Églises pour ébaucher une sacralisation du monde hors d'une théologie.

[64]

Chaque tendance cherche à inclure, récupérer et retraduire en ses propres termes, les aspects de dévotion qui lui échappent. D'où l'ambivalence de certaines pratiques festives (carnavals, processions, etc.) ; pratiques apprivoisées tant bien que mal par les Églises, mais qui dénotent une certaine forme de polythéisme et un accès direct au sacré, sans intermédiaire clérical, et qui prennent des allures « païennes » et subversives.

Pour revenir au tourisme, il semble qu'une procédure de « sacralisation » existe aussi, qu'il y a « élection » de lieux à visiter. Cette « mise en tourisme » a une certaine cohérence, et même un reste de sacralité. Il n'est pas rare de voir se superposer dans le temps et dans l'espace un ancien site religieux et un lieu d'attraction touristique. La rencontre brute du touriste et de son objet-attraction n'existe pas, elle est nécessairement médiatisée par une « tradition » du tourisme qui possède aussi ses « clercs » et sa « liturgie ».

Lieux sacrés, lieux profanes

Il convient de s'interroger sur la genèse de cette localisation dans l'espace de la religiosité⁶⁸. Il existe en effet pour l'homme religieux des portions d'espaces qualitativement différentes des autres. « N'approche pas d'ici, dit le Seigneur à Moïse, ôte tes chaussures de tes pieds ; car le lieu où tu te tiens est une Terre sainte » (Exode, III, 5). La bipolarité entre espace sacré, le seul « réel » pour le croyant et espace profane, structure l'imaginaire de l'*homo religiosus*. Il s'agit évidemment d'un espace vécu et façonné par une sensibilité, et non de la notion d'espace mesuré et défini par la géométrie. Une illustration nous en est donnée par les vertus thérapeutiques accordées à certains

⁶⁸ E. Caillois, *L'homme et le sacré*, Paris, Gallimard, 1988, p. 69.

lieux, l'hagiothérapie : plusieurs [65] historiens citent les cas des temples d'Esculape, à Epidaure, où les malades-pèlerins cherchaient la guérison en passant plusieurs nuits dans ces sanctuaires ⁶⁹. Ces usages, courants dans l'Antiquité, notamment dans les pays de la Méditerranée orientale, furent adoptés et intégrés avec une autre finalité par les chrétiens des premiers siècles. Ainsi, en Europe, l'imagination populaire donna à certains lieux une « *aura* » *bienfaitrice* et s'employa à établir un rapport, plus ou moins justifié, entre les circonstances de la mort des saints et les maladies qu'ils sont censés guérir. Saint Laurent, brûlé vif, passe pour guérir les brûlures, sainte Claire soulage les affections des yeux, etc. La religiosité populaire leur a attribué des sanctuaires abritant leurs reliques, et ceux-ci sont devenus des espaces de salut, de thérapie corporelle et spirituelle. On peut ainsi reconstituer une géographie du sacré. La route vers Saint-Jacques-de-Compostelle est parsemée de chapelles, d'églises et de sanctuaires que les pèlerins zélés n'hésitaient pas à visiter au prix de détours et de fatigues supplémentaires.

Du point de vue religieux, le monde apparaît ainsi divisé en deux parties opposées : le sacré et le profane. « Les choses sacrées sont celles que les interdits protègent et isolent ; les choses profanes celles auxquelles ces interdits s'appliquent et qui doivent rester à distance des premières. » ⁷⁰ La protection par le biais de matériaux ou de lois du lieu « élu » « a pour objet de préserver le profane du danger auquel il s'exposerait en y pénétrant sans prendre garde. Le sacré est toujours dangereux pour qui entre en contact avec lui sans s'être préparé, sans être passé par les "mouvements d'approche" que requiert n'importe quel acte de religion » ⁷¹. Aussi, les rites constituent-ils ce moyen privilégié d'accommoder et d'appriivoiser la puissance du [66] sacré. Les uns, de caractère positif, servent à transmuter la nature du profane ou du sacré, selon les besoins de la société ; les autres, de caractère négatif, ont au contraire pour but de maintenir l'un et l'autre dans leur être respectif, de peur qu'ils ne viennent à provoquer réciproquement leur perte en entrant inopportunément en contact. Les premiers sont des rites de consécration ; ils ont pour effet d'introduire une chose ou un

⁶⁹ M. Eliade, *Traité d'histoire des religions*, Paris, Payot, 1987, p. 313.

⁷⁰ E. Durkheim, *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, *op. cit.*, p. 56.

⁷¹ M. Eliade, *ibid.*, *op. cit.*, p. 314.

être dans le monde du sacré, tandis que les seconds, appelés rites de désacralisation ou d'expiation, rendent une personne pure ou impure au monde profane ⁷².

Le *Voyage en Orient* illustre le phénomène de la sacralisation d'un itinéraire profane. En plein milieu du XIXe siècle, le voyage de Gustave Flaubert et de Maxime Du Camp nous fournit le modèle de ce qui sera plus tard un parcours idéal : « Égypte, Palestine, Liban, Asie Mineure, Constantinople, Athènes, Grèce. Un itinéraire circulaire inventé par F.-R. de Chateaubriand, repris sans cesse par la suite, non sans variantes, mais codifié par le guide Joanne (qui propose même le calendrier le plus favorable : hiver en Égypte, Pâques à Jérusalem, etc.). Au rythme des saisons, c'est donc un voyage symbolique qui se déroule comme un livre, qui scande une initiation. » J.-C. Berchet ajoute que « si le voyage en Orient a pris au XIXe siècle ce caractère rituel de célébration collective, c'est qu'il a une valeur initiatique, sociale : affirmer un ordre culturel occidental. S'il a constitué pour le jeune bourgeois de cette époque le rite de passage par excellence, c'est qu'il a permis un retour vers les origines de notre culture, vers ce que Balanche appelle "notre berceau cosmogonique et intellectuel" » ⁷³.

L'idée de « berceau cosmogonique » est à rapprocher de la notion de Centre, proposée par M. Eliade, qui pense que tout microcosme, toute région habitée, a ce qu'on pourrait appeler [67] un « Centre », c'est-à-dire un lieu sacré par excellence. C'est là, dans ce Centre, que le sacré se manifeste d'une manière totale, soit sous la forme des hiérophanies élémentaires (dans le totémisme ou l'animisme), soit sous la forme de l'épiphanie directe des dieux (civilisations traditionnelles). Cela étant, il peut exister plusieurs « Centres » pour ces microcosmes, « toutes les civilisations orientales - Mésopotamie, Inde, Chine, etc. - connaissent un nombre illimité de "Centres". Mieux encore, chacun de ces "centres" est considéré et même appelé littéralement le "Centre du Monde" » ⁷⁴.

⁷² R. Caillois, *ibid.*, *op. cit.*, p. 29.

⁷³ J.-C. Berchet, *Le voyage en Orient, anthologie des voyageurs français dans Le Levant au XXe siècle*, Paris, Robert Laffont, coll. « Bouquins », 1985, p. 12.

⁷⁴ R. Caillois, *L'homme et le sacré, op. cit.*, p. 25-65.

Au Moyen Age, on imaginait le monde (*orbe*) comme un corps fini auquel on opposait l'infini, le chaos, le néant, l'informe, en bref, ce qui n'était pas « Notre Monde »⁷⁵. Pour bon nombre de penseurs de cette époque, les bornes du Monde, de ce corps fini, avaient été fixées par Alexandre le Grand, réputé, aussi bien en terre d'Islam qu'en Europe, comme un « héros-fondateur ».

Jacques Le Goff note, concernant l'Occident médiéval, l'existence d'un « dualisme fondamental nature/culture (qui) s'exprime davantage à travers l'opposition entre ce qui est bâti, cultivé et habité (ville-château-village ensemble) et ce qui est proprement sauvage (mer, forêts, équivalents occidentaux du désert oriental), univers des hommes en groupe et univers de la solitude »⁷⁶. Dans l'expérience de l'espace profane, continuent d'intervenir des valeurs qui rappellent plus ou moins la non-homogénéité qui caractérise l'expérience religieuse de l'espace. Il subsiste des endroits privilégiés, qualitativement différents des autres, qui marquent l'imaginaire tant de l'individu que de la communauté. « Le paysage natal, le site des premiers amours, ou une rue ou un coin de la première ville étrangère visitée dans sa jeunesse. Tous ces lieux gardent, même pour [68] l'homme le plus franchement non religieux, une qualité exceptionnelle, "unique", ce sont les "lieux saints" de son univers privé, comme si cet être non religieux avait eu la révélation d'une autre réalité que celle à laquelle il participe par son existence quotidienne. »⁷⁷ On pourrait presque parler d'un comportement « *crypto-religieux* » de l'homme profane.

Les premiers touristes cherchent des lieux marqués par deux types de « signatures » : l'histoire et la nature. Ils se confrontent aux civilisations disparues, aux lieux naturels grandioses, falaises, gorges, rivages et aux lieux de nature « sauvage » signés de la main du Créateur qui témoignent de l'origine du monde⁷⁸.

Cela rejoint le processus de délimitation d'un locus sacré qui doit comporter des propriétés topographiques, signes d'une hiérophanie. Celle-ci peut prendre une configuration « kratophanique » (monta-

⁷⁵ M. W. G. L. Randles, Sur l'idée de découverte, in *Actes du Ve Colloque international d'histoire maritime*, Paris, SEVP Ed., 1966.

⁷⁶ J. Le Goff, *L'imaginaire médiéval*, *op. cit.*, p. 231.

⁷⁷ M. Eliade, *Le sacré et le profane*, *op. cit.*, p. 27.

⁷⁸ J. Viard, *Penser Les vacances*, Actes Sud, 1984, p. 41.

gnes, rochers, grottes, etc.) ou une configuration hiéro-historique (association au lieu d'un événement historique « *supra-humain* »). Le *locus* sacré étant considéré comme « centre du monde ».

On peut dire, en somme, qu'il est difficile d'établir de manière décisive une démarcation entre l'origine des voyages et celle des pèlerinages ⁷⁹.

II. DU SACRÉ AU SOCIAL

[Retour à la table des matières](#)

Dans *La critique du jugement*, E. Kant parle de deux éléments qui éveillent en nous le sens de l'infini (qu'on peut considérer comme synonyme de sacré) : un « infini mathématique », [69] lié à la grandeur de quelques phénomènes naturels comparés à notre petitesse (une montagne impressionnante, par exemple), et un « infini dynamique », lié à la force des éléments naturels comparée à notre faiblesse (notre impuissance devant les cataclysmes de toutes sortes) ⁸⁰. De fait, le sentiment sacré s'éveille surtout en certains lieux (cavernes, sources, pierres étranges), devant l'intensité de certains désordres naturels (foudres, inondations), ou sous l'effet de propriétés inhabituelles (solfatare, source thermale, etc.). Mircea Eliade en donne une liste assez complète ; d'autre part, certains travaux de l'anthropologie moderne mettent en évidence des prédispositions de nos structures imaginaires à découper l'espace en niveaux et orientations qualitativement différenciés ⁸¹.

Certains lieux laïcs seraient ainsi « parlants » ; pensons aux amoureux de Florence, de Paris, de Venise et aussi de New York. Tout se passe comme si une force émanait de ces endroits et imprégnait le visiteur, le conduisant à une rêverie, une certaine disposition d'esprit, l'incitant à épouser l'air de ces villes, bref à être « changé » par sa seule présence dans les lieux. Cette puissance prêtée aux lieux constitue souvent l'expression d'une projection fantasmatique, mais elle indique

⁷⁹ R. Capot-Rey, *Géographie de la circulation sur les continents*, Gallimard, 1946, p. 127.

⁸⁰ J. J. Wunenburger, *Le sacré*, Paris, PUF, 1981, p. 16.

⁸¹ *Ibid.*, p. 18.

bien la part de l'imaginaire dans l'« élection » de sites religieux ou laïcs, élection d'ailleurs le plus souvent collective. Sans parler de géomancie, ni d'un quelconque ésotérisme lié à certains lieux, il n'est pas exagéré de noter qu'un symbolisme lié à l'espace demeure encore présent, à un degré ou à un autre, dans la psyché moderne. Il existe une croyance aux « bienfaits » de certains endroits, dont on ne peut profiter que si on respecte un certain rituel.

Gilbert Durand, reprenant certaines analyses réflexologiques, soutient que nos images et affects prolongent les réflexes des ensembles sensori-moteurs, lesquels préparent des sillages à des réseaux de symboles, grâce auxquels nous [70] percevons le monde. La catégorie de position verticale chez l'être humain, par exemple, explique la valorisation des mouvements ascensionnels ; ceux-ci ne sont pas étrangers à la localisation de la divinité dans le ciel ou à la fréquence des thèmes mythiques de vols magiques. G. Durand propose « de prendre comme hypothèse de travail qu'il existe une étroite concomitance entre les gestes du corps, les centres nerveux et les représentations symboliques »⁸². Sans ces structures de l'imaginaire, l'expérience de la nature et de l'espace serait insignifiante ; inversement, sans la mise en situation et l'immersion dans certains lieux, ces structures ne pourraient s'actualiser et s'exprimer. Le sacré serait ainsi non pas une défaite de la raison, mais bien une structure permanente de notre relation au monde et de notre constitution psychobiologique. R. Otto croit d'ailleurs en l'existence d'une véritable catégorie d'évaluation et d'interprétation a priori du sacré.

La quête du Centre

La distance, le prix en dépenses d'énergie et d'argent pour accéder au lieu « élu », que ce soit l'escalade d'un pic, le détour pour visiter une attraction touristique, ou les heures supplémentaires de voiture pour visiter un dernier sanctuaire, tout cela décrit une perception binaire de l'espace. Chez les « routards ~ des années 70, on peut même

⁸² G. Durand, *Les structures anthropologiques de l'imaginaire*, Paris, Dunod, 1984, p. 51.

parler d'une forme d'ascétisme dans ce plaisir nomade qu'est le voyage hors des sentiers battus ⁸³.

La fatigue et l'effort apparaissent comme les équivalents symboliques des rites de purification spirituelle et d'approche de « lieux » sacrés ⁸⁴. C'est, en filigrane, le degré de difficultés [71] et d'aléas surmontés qui légitime la pratique touristique et la transforme en voyage, au sens noble. « Simple » touriste ou « vrai » voyageur partagent la valeur élective de l'effort et de la fatigue, quand ce n'est pas une dose de risque, comme condition de Salut. Revendiquée chez l'un ou subie chez l'autre, la part « sacrificielle » que paye l'individu pour se mettre en vacance de soi et des autres coûte souvent cher. Ainsi, on pourrait voir dans le tourisme de l'extrême et le goût du risque une métaphore de l'Ordalie du Moyen Age ⁸⁵.

Il est possible de classer ces comportements dans une catégorie globale de quête du salut, semi-consciente certes, mais dont les composantes sont légitimées socialement, car tout voyage ne signifie pas nécessairement une prise de risque réelle, loin s'en faut. Ces comportements ont une valeur prescriptive, mais pas normative, nous ne les adoptons pas comme des robots, nous ne faisons que puiser, librement, dans un « stock » de comportements légitimes et acceptés par la culture d'une époque.

Ils sont l'illustration d'une quête de sens qui emprunte les chemins tout tracés d'un imaginaire façonné par la longue durée religieuse. Par sédiments successifs, les migrations humaines se sont constituées et se sont transformées peu à peu en tourisme ordinaire, et ce, en gardant la même symbolique originelle. Ces traditions du voyage offrent ainsi, en toile de fond, un univers de justification et de légitimation à nos pérégrinations.

Le voyage en Orient, quasi obligatoire pour les Romantiques, indique clairement une forme rituelle de célébration collective, un parcours initiatique vers le centre (et le berceau) de la civilisation occidentale. C'est la non-homogénéité de l'espace touristique, c'est-à-dire sa structuration entre lieux « intéressants » et lieux vides de toute at-

⁸³ P. Bruckner, A. Finkelkraut, *Au coin de la rue l'aventure*, Paris, Seuil, coll. « Points », 1982, p. 46.

⁸⁴ E. Durkheim, *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, op. cit., p. 56.

⁸⁵ D. Le Breton, *La passion du risque*, Paris, Ed. Métailié, 1991.

traction, qui fait que l'espace entre deux « Centres » (entre deux sites) est [72] perçu comme une forme de no man's land, un espace « profane » à affronter. Cela dit, il est difficile de parler, de nos jours, d'un Centre civilisationnel ou symbolique, alors que la société moderne est caractérisée par une pluralité de Centres ; à chaque groupe humain, si ce n'est à chaque individu, correspond une Mecque ⁸⁶.

Cela nous amène à mentionner deux dimensions, une qui illustre la sacralisation de l'espace, et une autre qui dévoile le rôle des rites dans cette opération. En effet, n'importe quel lieu ne peut être objet d'une vénération religieuse ou touristique ⁸⁷. Est-ce à dire qu'il existe des lieux naturellement voués au tourisme et d'autres irrémédiablement exclus de ce privilège ? Ce serait excessif. Des destinations touristiques meurent et d'autres naissent selon les époques et les mentalités. E en est d'ailleurs de même pour les lieux de pèlerinage. Ainsi, Paray-le-Monial apparaît comme une « nouveauté » dans l'univers du pèlerinage ; même si le « miracle » qui s'est manifesté dans ce site clunisien date du XVIIe siècle, ce n'est qu'en 1813 que le pèlerinage a été instauré ; il est resté discret jusqu'en 1985, date à laquelle la communauté du renouveau charismatique l'a popularisé. Alors que la pratique religieuse décline en Europe, le pèlerinage, non seulement demeure, mais se développe en prenant des formes nouvelles. On n'hésite plus à parler de tourisme religieux pour signifier l'imbrication croissante entre les motivations pieuses et celles, plus profanes, de visite et de curiosité. Un des « miracles » dont on est certain à Lourdes est constitué par la manne financière qu'offre le flot des pèlerins. D'autres sites, comme Nevers, essaient d'attirer le tourisme religieux, mais les pèlerins-touristes n'y font qu'une brève halte, et cela parce que « l'Église n'a imposé en ce site aucun rite qui obligerait à cheminer, ou [73] à rester » plus d'une journée ⁸⁸. On constate ici que le rite fonde les raisons

⁸⁶ A. Touraine, Face à l'exclusion, in *Citoyenneté et urbanité*, Paris, Ed. Esprit, 1991, p. 165-173.

⁸⁷ R. Amirou (dir.), Image, stratégie et communication, in *Cahiers d'Espaces*, n° 23, *ÉTÉ*, juin 1991.

⁸⁸ D. Clary, *Le tourisme dans l'espace français*, Paris, Masson, 1993, p. 329 ; M. Chadefaud, *Lourdes, un pèlerinage, une ville*, Edisud, 1981 ; et revue *Espace*, n° 102, février-mars 1990 : « Le tourisme religieux », articles de : R. Amirou, Le pèlerinage à La Mecque ; P. R. Aucourt, Pèlerins, touristes, ou touristes religieux ? ; J. Monteaguido, Lourdes : le miracle économique ;

d'être d'un lieu de visite. Le même mécanisme s'observe dans l'élection de sites touristiques ⁸⁹. Cette homogénéité veut-elle signifier que n'importe quel lieu peut devenir « touristique » ? Cela n'est pas toujours vrai, il existe encore des « bons » et des « mauvais » lieux touristiques. La multiplication des lieux touristiques, l'éclosion et l'« invention » de « Centres » attrayants et à la mode, s'explique, à mon avis, autrement. Il confirme tout simplement le déclin des minorités-leaders, tels les rentiers du XIXe siècle, par exemple, qui avaient coutume d'imposer leurs lieux de vacances comme des modèles du genre. Il ne s'agit donc pas d'une homogénéisation de l'espace, mais plutôt d'une certaine forme d'*hétérogénéisation* de l'espace, mais cette fois, à partir de critères « sociétaux ».

La pluralité des micro-sociétés entraîne la multiplication de « territoires » de jeu et de loisir ; cependant, tout n'est pas potentiellement touristique. Les experts en mercatique constatent que le tourisme de consommation vit ses dernières années de gloire, ils ne misent plus sur le rôle d'entraînement des « dépenses ostentatoires » (cf. T. Veblen). En fait, nous constatons l'émergence d'une socialité qui ne fonctionne plus sur le modèle d'une élite à imiter, mais qui s'établit sur des bases plus affinitaires que socio-économiques. Il y a de moins en moins de modèle dominant, y compris dans le tourisme. Les groupes et les individus s'inventent leur propre « Mecque » touristique en se souciant peu d'imiter un autre groupe. « Nous vivons en ce moment le passage d'une société [74] verticale, que nous avons pris l'habitude d'appeler une société de classes, avec des gens en haut et des gens en bas, à une société horizontale, où l'important est de savoir si on est au centre ou à la périphérie. » ⁹⁰ Les frontières de ce *centre*, et par conséquent de la périphérie, sont l'enjeu quotidien pour une définition de soi et des autres. Ce « centre » est de plus en plus mythique. Il n'y a plus de foyer d'où partiraient, tels des rayons de lumière, des consignes de vie et de sens, et au sein duquel on parviendrait à se fondre. Seule subsiste la croyance en l'existence d'un « centre », quelque part, loin là-bas, là où « ça se passe ». L'individu moderne est un peu dans sa vie comme un

J.-M. Nesme, Paray-le-Monial : gestion d'une révélation ; J. Ropiteau, Nevers, faire du pèlerin un touriste.

⁸⁹ J. Viard, *Penser Les vacances*, op. cit., p. 116.

⁹⁰ A. Touraine, Face à l'exclusion, in *Citoyenneté et urbanité*, op. cit., p. 165-173.

étranger arrivant dans une ville et demandant qu'on lui indique l'endroit central où il se passe « quelque chose ». Or, les villes modernes n'ont plus de centres (les individus non plus). Il n'y a plus d'agora ni physique ni symbolique, plus de place du village, mais uniquement une nébuleuse de foyers de sociabilité où se tenir au « chaud ». Tout un mythe de l'« Unité » se donne libre cours dans nos habitudes de loisirs ou de convivialité, mythe qui se rapproche, jusqu'à la synonymie, de celui de l'âge d'or. Il traverse de part en part l'espace du tourisme pour en faire le réceptacle d'un rêve de communauté « chaleureuse » et d'une nostalgie des vieilles solidarités disparues. Il n'est pas étonnant de constater que les paysans voyagent peu ; les revenus et les contraintes professionnelles n'expliquent pas tout, ils ont encore leur *communitas* et ce, même si le monde rural se désagrège et s'urbanise de plus en plus.

Dans *Les hommes de bonne volonté*, de Jules Romains, Clanricard, un des personnages, avoue en soupirant : « Nous sommes tellement seuls. » Que de fois n'entend-on pas, comme un cri étouffé, ce soupir au sein de groupes de touristes. D'ailleurs, le sens commun explique le succès des clubs de vacances par la solitude qui s'accroît dans les cités [75] modernes. Clanricard évoque aussi « le besoin désespéré de s'accrocher à un groupe, à une collectivité étroitement unie et conduite par un Idéal, oui à une Église »⁹¹. Toutes choses qui s'observent dans le tourisme, avec quelques nuances néanmoins ; ici, l'idéal est à durée déterminée, l'église est provisoire. L'espace des vacances n'offre qu'une scène parmi tant d'autres où peut se rejouer ce fantasme originel de l'Unité. Le tourisme et le loisir interrogent en permanence le lien social. Le tourisme est d'abord, quoiqu'en pensent certains romantiques, une oeuvre collective.

⁹¹ R. Girardet, *Mythes et mythologies politiques*, Paris, Seuil, coll. « Point. Histoire », 1986, p. 60-61.

Les rites et les mythes touristiques

Ainsi, les attractions touristiques ne sont pas un assemblage d'éléments hétérogènes, choisis au hasard. Certes, un engouement ou une mode peuvent jeter leur dévolu sur un site, mais tout site ne peut attirer le touriste sans un préalable sacralisation touristique. Telle est la fonction des rites. Ils servent, à l'instar des pèlerinages, à baptiser l'espace pour en faire une attraction touristique. Dean Maccannell distingue ainsi plusieurs opérations nécessaires afin de transformer une étendue neutre en espace de visite. Bien sûr, certains lieux, à l'instar des Sept Merveilles du monde, n'ont besoin de personne pour attirer les foules. D'autres curiosités, qui constituent l'« ordinaire » du tourisme, demandent qu'on les consacre et qu'on les démarque de leur environnement.

Pour ce faire, la première étape de la sacralisation d'une curiosité touristique consiste à repérer un « site » et à le définir comme objet à sauvegarder⁹². En général, une loi est nécessaire, souvent d'ailleurs imposée par des amoureux du lieu. Dans [76] d'autres cas, on n'hésite pas à faire appel à la science afin d'authentifier, de mesurer, de passer au rayon X et de photographier l'objet à sacraliser, afin d'établir sa valeur historique, esthétique et culturelle. C'est la phase du baptême... touristique. On décide ensuite de protéger l'objet soit en le surélevant, soit en l'encadrant (le cas de la *Joconde*, au musée du Louvre). C'est aussi le cas d'espaces qu'on entoure de cordons de soie, de gardiens attentifs, de projecteurs puissants et de systèmes de surveillance électronique. Une distance respectueuse doit être maintenue entre le visiteur et l'objet sacré.

La mise à distance de l'intrus non initié (le touriste) constitue la deuxième opération de sacralisation. L'étape suivante est celle de l'enchâssement. Les matériaux qui servent à encadrer ou à mettre en valeur l'objet deviennent eux-mêmes objets de curiosité. Dans le musée Gutenberg, la première bible Gutenberg est exposée sous un éclairage spécial, sur un socle, dans une enceinte sombre aménagée au sein

⁹² C. Maccannell, Le tourisme en tant que rite moderne, in *Sociétés*, n° 8, Paris, Masson, 1986, p. 10-11, trad. John Atherton.

d'une vaste salle. Les murs de la pièce sont ornés de documents rares, dont un manuscrit de Beethoven. On peut citer aussi le cas de la Sainte-Chapelle, qui est devenue une attraction touristique à part entière, alors qu'à l'origine les visiteurs venaient prier devant la véritable couronne d'épines remise par Baldwin de Constantinople à Saint-Louis. Dans un autre cas, on distingue le « contenu » du « contenant » par la graphie : le saint sépulcre, tombeau du Christ à Jérusalem, et le Saint-Sépulcre, édifice qui contient ce tombeau. Vient ensuite une phase de reproduction mécanique de l'objet touristique : la création de gravures, de photographies, de modèles et de simulacres qui sont eux-mêmes mis en circulation comme des objets de valeur (D. Maccannell, *ibid.*, p. 11). Munis de la copie matérielle ou mentale de l'objet à voir, le touriste va partir à la quête de l'objet original. Inutile de rappeler combien les cartes postales ou les statuettes de la tour Eiffel ont fait voyager de personnes. La dernière étape de la sacralisation advient quand des communautés, des villes, des régions entières prennent le nom de curiosités touristiques. Il s'agit de l'étape de la *reproduction sociale*.

[77]

Un phénomène important intervient dans la sacralisation des sites, c'est la constitution de communautés émotionnelles devant l'objet touristique. C'est un processus d'« affoulement », car le nombre de personnes qui se presse devant un monument suffit à sortir celui-ci de l'anonymat et à le transformer en une attraction. Le choix d'un site, que ce soit en vue d'un pèlerinage ou de visites profanes, est l'œuvre d'une communauté, ou d'un public, et ce choix doit être fait en concordance avec un imaginaire social. Certaines destinations touristiques se vendent mieux que d'autres, sans que l'on puisse expliquer l'engouement des gens pour ces lieux, bien qu'il s'agisse d'endroits sensiblement comparables en équipements et en ressources naturelles. Souvent, les sociabilités qui s'y développent expliquent une partie de ce succès. Il est connu que le touriste attire son semblable. Paradoxalement, la cohue déclenchée sur un site attire « celui qui fuit la ville, sa foule et son bruit ». La foule, que l'on est censé fuir pendant les vacances, devient, surtout quand elle se forme sur un site, le signe et la preuve de la valeur de celui-ci. « Venez découvrir pourquoi Foz d'Iguaçu regorge de touristes », invite une publicité de l'Office national de tourisme brésilien. La consécration par le plus grand nombre devient la condition *sine qua non* de la naissance touristique d'un lieu.

L'utilisation de grandes figures médiatiques pour lancer une station n'est que la tentative de déplacer la ferveur collective entourant ces vedettes vers l'objet à promouvoir. Cette croyance, magique en bien des points, nous rappelle l'engouement, dans la sphère du pèlerinage, pour des lieux « marqués par une présence ». Dans le tourisme culturel, il s'agit d'une présence ancienne mais bien réelle. Les demeures d'écrivains célèbres décédés sont visitées avec parfois un sentiment diffus d'imprégnation par les lieux, c'est-à-dire une sorte de croyance en une possible rencontre intime avec l'« esprit » du mort qui hante-rait l'endroit, dans une sorte d'alchimie qui ferait du visiteur le dépositaire imaginaire d'un génie littéraire. Certains hôtels, comme le Pelourinho [78] à Salvador de Bahia, où se trouve la chambre qu'aurait occupée Jorge Amado, usent et abusent de plaques commémorant le passage dans leur établissement du moindre artiste connu ; c'est aussi le cas du Lutétia, à Paris. Il ne s'agit pas d'un fait nouveau dans le tourisme : qu'on se rappelle le voyage humaniste à Rome, le pèlerinage à la Mantoue de Dante. Ce phénomène est encore plus marqué chez les disciples de J.-J. Rousseau, qui instaurèrent un véritable culte, après la mort de leur maître ⁹³. Tourisme et souvenir sont ainsi intimement liés et on ne dira jamais assez que le voyage est d'abord affaire de mémoire... collective. Le voyage dans l'espace et celui dans le temps deviennent presque synonymes.

Le touriste comme collectionneur d'images

Il existe également une relative « permutabilité » des objets « à voir », dans la mesure où ce qui est recherché par le visiteur n'est pas tant une qualité intrinsèque à l'attraction elle-même, mais l'inscription de celle-ci dans un code symbolique global (une sémiotique des attractions). L'objet touristique devient un signe renvoyant à d'autres signes, un signifiant pur. On observe aussi bien dans le tourisme que dans le pèlerinage une certaine souplesse quant à la « valence » attribuée aux attractions. Les sites se valent tous, dans une certaine mesure. L'effet produit par l'objet sur le sujet du tourisme est le point pri-

⁹³ J.-M. Goulemot, Le discours sur les voyages au XVII^e siècle : remarques sur une émergence complexe, in *Sociétés*, n° 8, avril 1986, p. 7-9.

mordial. Le regard se détourne de l'objet pour ne retenir que l'émotion ressentie ; seule importe l'impression d'émerveillement ou de dépaysement. A tel point que le tourisme apparaît quelquefois comme l'expression d'un désir sans objet. On aime voyager et on apprécie le voyage en soi, peu importe les destinations ; les annonces matrimoniales abondent de messages de personnes [79] affirmant aimer le voyage pour le voyage. « Partir » devient une fin en soi. L'émotion ou le plaisir éprouvés devant un monument égyptien peuvent valoir, et être remplacés, par la visite de chutes d'eau impressionnantes ou la vision d'une œuvre d'art. C'est une sorte de relativisme émotionnel. Seul demeure le regard touristique comme forme pure de tout signifié précis, comme rapport a-temporel et a-historique à l'objet. Jean Baudrillard pense que dans l'acte de collectionner, « ce n'est ni la nature des objets, ni même leur valeur symbolique qui importe, mais quelque chose qui est précisément fait pour nier tout cela... le passage continu d'un terme à un autre aide le sujet à tisser un monde clos et invulnérable, sans obstacle à l'accomplissement du désir » ⁹⁴.

On peut voir dans le tourisme la métaphore d'une culture de la collection. Les objets renvoient aux objets dans un relativisme généralisé où tout est à visiter, où tout se vaut en termes touristiques ; l'essentiel est dans l'adhésion à cet exotisme moderne, qui subordonne et confond sujet et objet touristiques et les voue à une manipulation abstraite.

Le circuit en est l'illustration parfaite. Il s'agit de « faire » telle ou telle destination qui manque à son palmarès, à l'instar d'un amateur d'art qui voudrait compléter sa collection. Le charme de Venise ou de Séville importe peu, l'essentiel est ailleurs ; il est d'avoir participé à un rite collectif, d'avoir exprimé son adhésion à un code global, qui scan-de l'ubiquité comme signe de réussite et de salut, et qui fait de l'injonction de circuler, pour ne rien voir, un devoir quasi civique. Ce comportement prouve bien qu'une présence de courte durée sur un lieu suffit à nous « remplir » de son « aura ». Peu importe ce qu'on y a fait ou vu, l'important est d'y être allé ; la seule exposition au site est suffisante.

⁹⁴ J. Baudrillard, *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Paris, Gallimard, 1972, p. 103.

L'espace touristique apparaît ainsi comme une aire d'émotions collectives, qui balisent les mouvements itinérants des [80] individus. Le même phénomène s'observe dans les visites de musées et de temples, dans le tourisme ethnique, et partout où un rituel d'approche, de respect, est nécessaire. Le rituel touristique est ainsi un ensemble de processus par lesquels les gens s'approprient les vertus de l'espace qu'ils parcourent.

La « durée » de la visite, donnée toute psychologique, est également un important processus de « marquage » des lieux. Dans la critique adressée aux touristes pressés, la donnée affleure implicitement : il existe un temps psychologique plus ou moins imposé par le site ; la lenteur est une des qualités du « bon » touriste. Le touriste pressé contrevient à cette loi implicite, à ce rite de maîtrise du temps. Il réduit le voyage à son principe minimal et pragmatique : circuler en évitant les arrêts trop longs, pour en voir le plus possible. En désavouant la croyance en la durée comme condition nécessaire à l'imprégnation par le « lieu », le touriste pressé avoue par là, *a contrario*, que le seul passage sur le lieu suffit, c'est une fin en soi⁹⁵. L'essentiel est la « participation », au sens ethnologique du terme. Ce principe de « participation » signifie que la partie vaut le tout (règle de la *pars pro toto*) ; la relation à une partie (dans le monde du sacré : à une relique, un arbre, une source, etc.) entraîne la participation au tout (Dieu, le cosmos, la vie).

La relation à un objet touristique vaut la participation au tout, au tourisme, et par là, à la société de consommation. Le nombre de visites touristiques accomplies par l'individu se présente ainsi comme un signe de « réussite » des vacances. L'impression d'avoir « vraiment » fait du tourisme est générée par le nombre de passages devant les différents sites.

L'exode moderne, à travers le passage d'un site à un autre, ou d'un pays à un autre, tente de tisser un monde clos et invulnérable sans obstacle à l'accomplissement du désir. Le tourisme se présente comme un immense « paradis artificiel », un âge d'or. Il y a, naturellement, du désordre dans le [81] paradis, mais il est annulé « par une sorte de transformation alchimique, par laquelle l'ignorance devient une sim-

⁹⁵ L. Turner, J. Ash, *The golden hordes : international tourism and the pleasure periphery*, Londres, Constable, 1975, p. 49-50.

plicité charmante, la superstition devient un rituel coloré, le travail harassant et les techniques primitives de culture deviennent de l'attachement à la terre. Même la pauvreté est vue comme une absence bénié de lucre immonde, et non comme la présence de souffrance »⁹⁶. La dénégalion de toute réalité qui contredirait le désir touristique génère la production d'images et de stéréotypes exotiques. On insistera jamais assez sur la force des « images » dans le tourisme. Nous ne sommes pas assez forts, sauf en de rares moments de grâce, pour être ouverts en même temps à toutes les charges de sens que portent les vacances, et aux risques de rencontres qu'elles nous procurent. Le plus souvent, nous circulons avec des garde-fous. Nous avons en tête des jeux d'images qui nous protègent du contact frontal avec l'alentour. Ces images ne sont pas produites en réaction à un événement, elles nous sécurisent dans nos voisinages avec l'inconnu ; la chasse aux images que l'on veut rapporter et celles qu'on apporte avec soi, s'ajoutant à celles que nous avons d'endroits où nous ne sommes jamais allés, fonctionne comme une bulle transparente nous protégeant de la réalité des rencontres et des vis-à-vis. L'image nous protège de la réalité. Ces images sont à l'origine même du phénomène touristique. Nous sommes mus par des idées, des représentations que l'on se fait de certains pays et de certains espaces. Toutefois, cet imaginaire ne fonctionne pas « à vide », il nous faut des éléments objectifs, soit dans le temps, soit dans l'espace, autour desquels nous puissions construire ces images. Ce processus de « mise en image » touristique transforme l'espace en parties propices à l'exotisme ou en parties « neutres », sans attrait pour les vacanciers. Il s'agit d'une véritable mise en scène de la vie et de l'espace touristiques. Si l'on considère le développement [82] récent de formule de loisir de proximité comme l'Aquaboulevard à Paris, ou les Center Parcs, on est, en effet, en droit de parler d'une création in vitro d'un espace de loisir. Des éléments sont extraits de leur espace naturel (palmiers, plages, cascades ou roches) pour former un ensemble suggérant vaguement un paradis tropical. A terme, le tourisme finira paradoxalement par se passer de son espace habituel pour se contenter d'un simulacre de dépaysement. Un assemblage astucieux de quelques signes d'exotisme suffit à déclencher la rêverie exotique. L'imagerie touristique obéit au même procédé. Chartres est

⁹⁶ J. Viard, *La dérive des territoires*, Actes Sud, 1981, p. 49.

réduit à sa cathédrale, la Promenade des Anglais équivaut à Nice, Marseille est « gommée » par sa Canebière, etc.

On assiste à la création, par le tourisme, d'un individu polyspatial. L'individu éclaté par son usage de lieux partiels et par son histoire itinérante est réunifié par le mouvement qu'il opère régulièrement entre ces espaces distincts. L'identité qui naît de cette circulation est toujours à renouveler, car elle est le produit même du voyage. Le voyage devient ce qui permet une « réunification » de soi, la quête d'une unité identitaire rarement réalisée.

Le déclin des formes traditionnelles de socialisation a créé l'illusion d'une montée de l'individualisme dans les sociétés contemporaines. Il semble néanmoins que ce qui progresse actuellement dans les comportements des individus, ce n'est pas l'individualisme, mais le « moi-nous » : les individus « peuvent réagir comme un ensemble pendant une période généralement courte et puis aller se brancher ailleurs... Ce zapping social n'est pas une marque de légèreté, mais une nouvelle manière d'être ensemble »⁹⁷. Aussi, l'espace du tourisme se présente-t-il comme un moment privilégié où on peut observer l'imaginaire d'une société et les sociabilités qu'il génère.

⁹⁷ G. Demuth, *Le Monde*, 7 janvier 1992.

[83]

**Imaginaire touristique
et sociabilités du voyage.**

**Deuxième partie.
Espace et tourisme**

Chapitre IV

**Une typologie ⁹⁸
touristique**

[Retour à la table des matières](#)

À côté d'une analyse sociologique des pratiques de l'espace, qui consisterait à montrer les corrélations entre les comportements de vacances et des variables sociodémographiques, on peut initier une réflexion, plus anthropologique, qui traitera des valeurs et de l'imaginaire liés à l'espace et à la nature.

⁹⁸ « Toute sociologie est aussi, par nécessité, une *topo-logie* », pense G. Balandier (*Le dédale, op. cit.*, p. 59). Voir aussi, à propos de l'imaginaire de l'espace, du même auteur : *Le détour. Pouvoir et modernité*, Paris, Fayard, 1985, chap. 6.

I. LA QUALIFICATION DE L'ESPACE

[Retour à la table des matières](#)

Que ce soit par le plaisir, l'euphorie, la nostalgie, la douleur, l'effort, la déception ou l'émerveillement, l'espace touristique a été le réceptacle de sentiments avant d'être une surface où des stratégies déambulatoires, des appropriations, des rationalités se laissent observer. Il s'agit d'abord d'un espace « rêvé » et « vécu », avant d'être un territoire travaillé par une logique économique ou par une pratique de distinction sociale.

Le « bon » espace

Les relations à l'étendue et au relief sont les révélateurs d'un imaginaire spatial qui s'enracine dans une « longue durée » [84] historique. La hauteur, par exemple, possède une connotation spirituelle. Comme le dit si bien Pierre-Jean Jouve, « les montagnes ont l'air de nous faire la morale »⁹⁹. En tant que symbole, la montagne exprime chez différents peuples le contact entre le ciel et la terre ; elle est ce qui mène au sacré, ce qui le rappelle et le désigne à la mémoire des hommes. Les historiens des religions ont bien mis en exergue quelques postures mentales permanentes concernant l'altitude.

Le monde du pèlerinage génère une grille de lecture de l'espace qui est proche, sur bien des points, de celle du tourisme. Dans les deux cas, des vertus *thérapeutiques* sont indexées à l'espace. Le pèlerin qui escalade les sommets réalise une rupture de niveau ; il transcende l'espace profane (le bas, le chaos) et accède à une région pure. Le pèlerinage est d'abord affrontement, épreuve, gravisement et lutte avec l'espace et la distance, qui séparent le pèlerin des lieux saints¹⁰⁰.

⁹⁹ P.-J. Jouve, *La scène capitale*, p. 195, cité in G. Bachelard, *La terre et les rêveries de la volonté*, Paris, Librairie José Corti, 1947, p. 376.

¹⁰⁰ A. Dupront, *Le sacré*, *op. cit.*, p. 380.

Ces lieux se trouvent toujours dans des cadres de nature grandiose, là où justement la puissance du cosmique paraît accablante pour l'homme : Delphes, Montserrat en Catalogne, Rocamadour en sont l'incarnation. On s'y sent « dominé » par la grandeur ou la beauté du site. On ressent un sentiment d'humilité. Dans l'ancienne Chine, par exemple, cinq montagnes sacrées constituaient le circuit des pèlerinages de l'empereur. Le mot même de pèlerinage se définit en chinois comme gravissement de montagnes. L'acte même de gravir évoque une idée sous-jacente de franchissement de limites spatiales dans un geste héroïque. C'est une lutte symbolique contre la pesanteur, au sens propre et au figuré. Dans de nombreuses cultures, la montagne est sacralisée par le fait qu'elle ouvre sur le ciel ; Dur-an-Ki, « lien entre le ciel et la terre », ainsi désignait-on nombre de sanctuaires babyloniens [85] (à Nippur, Larsa, Sippar). Pour les chrétiens, le Golgotha se trouvait au centre du monde, car il était le sommet de la montagne cosmique et, tout à la fois, le lieu où Adam avait été créé et enterré. Babylone, plus précisément Bab-ilani (porte des dieux) était l'endroit où les dieux descendaient sur terre. La cité était assimilée à une montagne cosmique ¹⁰¹.

La montagne symbolise ainsi le sommet et le centre ; ces deux dimensions vont nous aider à comprendre comment l'imaginaire incorpore les images de l'altitude. Ainsi, à la montagne sont associés des vertus d'élévation physique, morale et spirituelle, mais également deux sentiments dominants : un de puissance face à soi-même et à l'univers, exprimé par une volonté euphorique d'escalader et de défier la hauteur, et un autre d'humilité et d'anxiété devant la grandeur. L'orgueil de l'élévation évoque en écho l'horreur de la « Chute ». Cela transparaît clairement dans la relation dynamique qui s'instaure entre l'alpiniste et l'Alpe, entre l'homme et les montagnes ou le désert, et qui est placée sous le double signe de l'attraction et de l'angoisse. Les reliefs montagneux suscitent la peur mais invitent également à l'action ¹⁰².

G. Bachelard, explorant le thème de la verticalité, pense que ces impressions de verticalité vont des plus douces sollicitations aux défis

¹⁰¹ M. Eliade, *Traité d'histoire des religions*, op. cit., chap. 10, p. 310-325.

¹⁰² G. Bachelard, *La terre et les rêveries de la volonté*, Paris, J. Corti, 1988, p. 374.

les plus orgueilleux, les plus insensés (*ibid.*, p. 359). La découverte touristique de la montagne donne naissance à un type de voyageur, qui ne contemple pas des paysages tourmentés, mais les apostrophe. C'est à un espace d'action que renvoie l'attrait pour la montagne : ascension, domination, franchissement, pénétration, enfouissement, etc. L'élévation est également un lieu où le vertige, la peur du vide et de la chute sont conjurés. Dans un sens, l'escalade exprime l'acte de gravir l'échelle des appréhensions et des [86] craintes, c'est un franchissement de barrières émotionnelles allant de la terreur au soulagement. Arrivé aux sommets, l'individu pourra alors s'autoproclamer « roi des Alpes », il aura vaincu la montagne et les peurs qu'elle lui inspirait. Entre la montagne et le montagnard, il s'agit toujours d'un contact ou d'un conflit psychologiques (G. Bachelard).

Un sentiment de domination naît aux sommets, l'individu domine la plaine, le paysage, il peut jouir du spectacle des paysans réduits à des points noirs évoluant dans l'immensité des champs. Dans un élan de volonté de puissance, l'individu, grisé par la hauteur, s'adonne alors à une forme de « contemplation monarchique » (G. Bachelard). Cela explique, en partie, l'attitude hautaine du touriste, qui regarde le monde du haut de son piédestal civilisationnel et technologique. Un simple rebord de fenêtre donnant sur une rue animée, où « grouillent » (J. A. de Gobineau) des autochtones, suffit à faire naître ce sentiment « monarchique ». Le regard touristique est un regard « vertical », du « haut » vers le « bas » ; c'est le regard que jette un homme redressé, droit et royal sur des gens humbles. La littérature du XIXe siècle abonde en exemples de cet acabit. Se commettre avec les locaux, c'est forcément déchoir, descendre de son nid d'aigle, pour se « perdre » dans les bas-fonds, les bouges, la vie souterraine et trouble. C'est une chute, une aspiration par le gouffre. De ces hauteurs, on peut méditer sur la « petitesse des hommes », qui sont vus comme des fourmis s'agitant dans l'étendue des parcelles cultivées ¹⁰³.

Cette attitude perdue dans l'imaginaire touristique, elle se perpétue dans les gestes de l'« exode » moderne qui se pavane dans les pays pauvres et que certains ont appelé, avec ironie, le « touriste-roi ». Elle se laisse surprendre dans les guides touristiques, ou dans le discours touristique en général (publicité ou récits de voyage). Elle perdure

¹⁰³ P. Loti, *Vers Ispahan*, p. 46, cité in G. Bachelard, *ibid.*, op. cit., p. 386.

également dans le regard hautain qu'adresse l'esthète moderne du [87] voyage, non plus aux autochtones, mais à ses compatriotes touristes perçus comme une horde de rustres. D'un lieu qui domine la plaine, on peut ainsi recevoir, comme contaminé par le « génie » du site, des impressions de domination, c'est une tour d'ivoire d'où la contemplation se mue en appropriation. Si un intrus vient se mettre à une place d'où nous aimons contempler le paysage, « il semble qu'on nous vole le paysage » (J.-P. Sartre, *L'être et le néant*, p. 311). C'est ce qui explique que certains sites, ou certaines destinations touristiques, sont la « propriété » de spécialistes ; gare à l'intrus qui se risque à écrire sur Venise, sur Florence ou sur le Brésil, sans autorisation ou légitimation quelconque.

En tant que représentation mentale, la montagne renvoie également à deux pôles : d'une part, elle suggère le monde du minéral, de la dureté, elle incite à apostropher l'absolu, l'éternité et à conjurer la peur de la mort ; d'autre part, elle évoque le symbole du centre, avec ses connotations de mystère et de sacré. Dans ce dernier cas, elle est associée à l'idée de pureté, elle évoque un sentiment de fusion avec la nature, la sensation d'un temps suspendu.

Le touriste aimerait se vivre comme un être de la vacuité, de la *vacance*, comme un réceptacle vide qui ne demande qu'à se remplir d'éléments nouveaux mais légers. E ne veut pas s'encombrer de la pesanteur des choses qui l'empêcherait de continuer son *envol*. Par une sorte de « pensée magique », il associe hauteur et grandeur spirituelle.

En tant qu'être des hauteurs, il ne veut pas se « pencher » sur le sort des gens d'en bas. La conquête d'une hauteur de vue, au sens physique, est synonyme, imaginativement, de vérité. Le touriste est dans le « vrai », le « réel », puisqu'il est aux confluent de la terre et du ciel, son regard porte loin et embrasse largement le panorama.

Le point de vue panoramique, vieille antienne touristique, mérite une attention particulière, il est obligatoirement inclus dans tout bon circuit. Qui ne connaît pas les hauteurs de villes où pullulent les longues-vues et où, moyennant une [88] pièce de monnaie, on peut jouir, selon les prospectus, d'une « vue imprenable » ? On notait déjà chez les voyageurs de la Renaissance, l'habitude de monter en un point élevé pour embrasser toute une ville d'un regard. L'usage, du reste, demeure longtemps, on le trouve encore chez Montesquieu qui écrit :

« Quand j'arrive dans une ville, je vais toujours au plus haut clocher ou la plus haute tour, pour voir le tout ensemble, avant de voir les parties ; et, en la quittant, je fais de même pour fixer mes idées. » ¹⁰⁴

On constate, en empruntant la route qui va d'Aix-en-Provence à Cassis, que sur sept panneaux touristiques, cinq possèdent un élément géographique en commun, la hauteur ¹⁰⁵. Cet engouement pour la vue plongeante exprimerait même, selon certains auteurs, des spécificités nationales : « Les Français... manifestent un engouement particulier pour le "point de vue" d'où l'on embrasse des paysages lointains, des successions d'horizons bleutés. (...) Les Italiens ont à cet égard un peu les mêmes réflexes, mais la nature n'est pour eux appréciée que si elle offre des refuges plaisants, ombragés aux heures chaudes de la journée. Les points de vue demeurent déserts, sauf si la nature est magnifiquement aménagée. » ¹⁰⁶

On retrouve, étonnamment, dans ce dernier cas, un modèle de loisir proche du rêve naturaliste nourri par la poésie hellénistique : l'attrait pour une nature stylisée meublée par l'architecture, dont les peintures « topiaires » (paysages organisés qui répondent au canon de la « décoration ») conservent le modèle. On recherche l'eau vive et les lieux ombragés, on fuit la canicule. Ce thème de la fraîcheur et de l'eau (*liquidae*), comme critères et composantes du charme [89] d'un endroit (*amoenae*), sont omniprésents dans les écrits de Cicéron, et surtout de Horace. Dans les cas italien et français d'engouement pour les points de vue panoramiques, on constate que le « naturel pur et sauvage » est moins prisé que le naturel aménagé et quelque peu domestiqué par la main de l'homme.

La « verticalité » demeure un élément constitutif de l'imaginaire touristique. L'objet-à-voir « est pris dans un système perceptif vertical déterminé par l'opposition du "dominant" et du "dominé" ¹⁰⁷ ». La

¹⁰⁴ J. Ceard, Voyages et voyageurs à la Renaissance, in J. Ceard, J.-C. Margolin (dir.), *Voyager à la Renaissance*, Actes du colloque de Tours 1983, Paris, Ed. Maisonneuve et Larose, 1987, p. 602.

¹⁰⁵ R. Buhot, Notes de voyage : trajet d'Aix à Cassis, in *Paysages*, Paris, Publications du CCI-Centre Georges-Pompidou, 1981, p. 42-43.

¹⁰⁶ G. N. Fischer, *La psychologie de l'espace*, Paris, PUF, coll. « Que sais-je », 1981, p. 30.

¹⁰⁷ J. Gritti, Les contenus culturels du Guide bleu, in *Communications*, n° 10, Paris, Ed. Seuil, 1967, p. 51-64.

verticalité est une donnée importante dans l'univers des guides touristiques. Un continuum structure les images et les textes, on va des valeurs de l'intimité (bourgade tranquille, charmant hôtel, vallée souriante) à celles de l'exaltant (chef-d'œuvre, merveille, exceptionnel).

Les « hauts lieux » illustrent également cette inclination touristique. La référence à l'altitude, amalgamée de plus en plus avec ce qui est ancien, confère un sens spirituel à l'espace. Ainsi, on observe un processus qui transforme peu à peu la campagne, associée à la vie d'« antan », en *haut pays*. On parle alors de Haut-Var ou de Haute-Provence dans le sens de « vrai » Var ou de « vraie » Provence.

La requalification de l'espace n'échappe évidemment pas à une logique commerciale ; l'idée de faire profiter l'arrière-pays de la manne touristique reste un thème omniprésent dans les rapports d'experts ou dans les discours de tout élu local avisé. On en est conscient. Néanmoins, la motivation économique n'est pas la seule raison d'être de ce phénomène ; Il s'agit bien, à mon sens, d'une composante de l'imaginaire touristique. À l'étendue neutre et désertée par les paysans ou les montagnards, se substitue un espace soudainement chargé de sens ; alors que les villageois accourent en ville, les vacanciers se précipitent vers les campagnes dépeuplées, en quête [90] d'un univers fait de clochers, de places de villages et de vie « authentique ». Les brochures regorgent alors de « hauts » lieux du tourisme. Ainsi, il est admis implicitement que l'exode rural jetterait le paysan dans les bras des « tentations la ville », alors que le tourisme, notamment « vert », sauverait l'âme du citadin. Celui qui quitte la ville pour la campagne (ou la montagne) gravit des échelons spirituels, il remonte dans le temps des origines, celui qui parcourt le chemin inverse perd une certaine « hauteur » d'âme et déchoit de son rang.

L'espace touristique génère ainsi un fantasme de voyage dans le temps, la proportion d'originel, qu'on injecte dans un déplacement, va le transformer en « voyage original ». Si, par malheur, on viendrait à manquer d' « originel » ou d' « authentique », le tourisme se chargera de nous en approvisionner, quitte à fabriquer des simulacres. Que ce temps soit celui de l'histoire collective ou celui d'une nostalgie personnelle, qu'il concerne l'enfance du monde ou la propre enfance du voyageur, il est toujours synonyme d'un retour vers quelque chose qui a existé, mais dont personne ne se souvient, et d'une utopie - au sens étymologique -, d'un lieu qui n'existe pas.

Un bon périple se compose d'une certaine lenteur et d'une longueur à parcourir ; plus les conditions sont difficiles, plus la route est longue et escarpée, et plus l'illusion de « véritablement » voyager prend de la force. Traverser un désert asiatique ou marcher sur les sommets himalayens donne alors la nette impression d'atteindre les limites de la pureté. L'escalade vaut purification, l'espace est rédempteur. Aussi, le tourisme va-t-il faire de l'élévation un lieu de thérapie. Le développement industriel des siècles derniers va accentuer cette dimension, l'altitude (l'escalade) se transforme en outil pédagogique, elle « guérit » l'âme et le corps ¹⁰⁸.

[91]

L'espace comme miroir

Alain Corbin constate un paradoxe sur lequel se fonde la mode de la plage, au XVIIIe siècle. La mer se fait recours, elle nourrit l'espoir parce qu'elle fait peur. En jouir, éprouver la terreur qu'elle inspire tout en désarmant ses périls : telle sera la stratégie de la villégiature maritime ¹⁰⁹.

Surmonter l'appréhension de l'élément naturel, vaincre sa crainte de l'océan obéit à une visée pédagogique qui veut que l'exposition de l'individu à l'eau froide, à l'air marin, raffermisse le corps et le caractère. Les pratiques du bain de mer expriment un imaginaire de l'endurcissement par l'affrontement de l'espace maritime, qui entre dans ce que Michel Foucault appelle une « technologie de l'endurcissement ».

On peut déceler un axe dureté/mollesse à l'œuvre dans l'imaginaire de la montagne. En comparant *Voyage dans les Alpes* (1779), l'ouvrage de Henri de Saussure, à celui de Rodolphe Töpffer, *Voyages en zigzag*, on voit que chez ce dernier les images de « dureté », d'« affrontement », d'« héroïsme » sont induites et exaltées, alors que H. de Saussure loue les vertus intimistes de « mollesse » des monts,

¹⁰⁸ A. Rauch, *Vacances et pratiques corporelles*, Paris, PUF, 1988, p. 68.

¹⁰⁹ A. Corbin, *Le territoire du vide : l'Occident et le désir du rivage, 1750-1850*, Paris, Flammarion, 1990, p. 76.

des vallées et des terres cultivées, de descente vers une « intimité » protectrice rappelant l'enfance.

Le souci de lutter contre la « mollesse » du citadin était déjà une préoccupation chez Aristote qui estimait que le loisir portait en lui des périls : la tentation de la *truphê*, de la mollesse jouisseuse, notamment chez les souverains et les maîtres du moment (il dénonce ce qu'il appelle la vie « apolaustique » et prône un « bon usage du loisir », *Politique*, VII et VIII).

On constate ainsi que le thème de la nature comme antidote aux maux urbains est ancien. On le retrouve actualisé, selon les époques, sous la forme de « loisirs édifiants », de [92] vacances studieuses et sportives, ou investi par le discours médical qui fait de la nature (l'air, le soleil et la lumière, l'eau, l'espace) un outil de salut physique et psychique. Les classes de plein air, les colonies de vacances, évoquent encore aujourd'hui cet imaginaire.

Ainsi l'espace au sens des géographes disparaît de l'imaginaire touristique pour laisser la place à des lectures de l'espace. Celles-ci ont un ancrage religieux : ainsi, quand la sacralité est la propriété d'un lieu, une puissance statique, la religion chrétienne introduit la dimension de l'effort, de l'héroïcité comme substance de la *peregrinatio ascetica*. La mutation spirituelle s'accomplit dans l'acte pèlerin même : l'épreuve de l'affrontement de l'espace, de l'exil, de l'errance et du dépassement de soi, qui fait du cheminement vers les lieux saints une composante du salut ¹¹⁰. Le lieu sacré renvoie à une réalité cosmique où à quelque accident de la nature ; tandis que la démarche de la quête chrétienne tend plutôt à anthropomorphiser le cosmique et à baptiser le lieu de la nature, de soi « païen ». Le sacré étant, par essence, ce qui déborde le religieux constitué, la sanctification de lieux sert à conjurer et à canaliser ce « sacré sauvage » (R. Bastide). C'est pourquoi l'Église consacre peu de nouveaux lieux de pèlerinage : elle ne fait que suivre ses ouailles en sanctifiant ce qu'ils ont sacré. Elle introduit un mode d'appropriation de l'espace où la dimension humaine est primordiale.

Le « bon » tourisme est également ennemi de cette sorte de panthéisme spatial ; il a ses lieux « saints ». Lieux qui ont d'abord été « sanctifiés » par une élite sociale puis, de nos jours, par des microso-

¹¹⁰ A. Dupront, *ibid.*, p. 371.

ciétés. À coup d'étoiles ou de classements divers, on veille à ce que l'impénitent abandonne ses chemins de traverse et vienne communier devant les lieux consacrés. L'errance n'est pas de mise dans cet univers, le parcours est symboliquement balisé.

[93]

Le touriste de masse renoue confusément avec une forme de polythéisme, en vénérant les éléments primordiaux que sont l'eau (la mer, les lacs, la baignade en général), le feu (le soleil), la terre (la montagne, la campagne) et l'air (le grand air). Un polysensualisme - ou polysensorialité - vient ainsi contrebalancer une forme ascétique et romantique de lecture et d'usage du paysage. Les esthètes de l'exotisme, qu'ils soient savants, militants ou poètes, tentent, tant bien que mal, d'instaurer une « religion » monolithique du *bon tourisme*, « la » bonne lecture et « la » bonne exégèse de l'espace de vacances.

Le relativisme esthétique n'est pas de mise dans le « bon » tourisme. Ainsi, Jost Krippendorf propose non pas dix commandements, mais vingt trois thèses pour un bon tourisme ¹¹¹. Le touriste est perçu comme sans foi (entendez sans amour de l'Art), sans Loi (à savoir sans respect pour l'œuvre du temps, de l'histoire et des civilisations) et sans religion du Livre (sans révéler la littérature de voyage, la peinture des mœurs et les travaux ethnologiques). Il faut d'urgence le convertir, le protéger de lui-même, le guider vers le droit chemin. Il lui faut suivre les pas de prédécesseurs plus avisés, plus initiés et plus « fervents » que lui - le chemin des romantiques, des savants ou des grands écrivains (on note ainsi une forme d'« absolutisme sémantique », pour reprendre un mot de Michel Butor, dans le discours sur l'ailleurs).

Une grande loi de la vision de la nature s'énonce, dès lors, implicitement : le paysage est affaire de *relecture*. Il s'agit de retrouver le texte (biblique, savant), le tableau (le pittoresque) et le mythe derrière l'étendue ; on se doit de confirmer ou de perpétuer une première lecture faite de préférence par des « autorités » en la matière, les peintres, les écrivains et les grands voyageurs. E y a peu de « découvertes » dans le tourisme, il n'y a que de la reconnaissance et de la vérification [94] d'images et de mots enfouis dans notre mémoire. On va vérifier

¹¹¹ J. Krippendorf, *Les vacances, et après ?*, Paris, L'Harmattan, 1987.

ce qu'on a lu ou su sur l'endroit, pour comparer ; Christophe Colomb avait fait de même : il était d'abord un bon lecteur de la Bible et il voyageait dans les textes autant que dans l'espace. Les plages de sable fin lui apparaissaient parsemées de signes cabalistiques, ce qui lui semblait naturel.

Tout voyage s'apparente ainsi à une tautologie, on va « découvrir » ce qu'on connaît déjà d'une certaine façon. C'est une pérégrination dans la mémoire et le temps. Cela n'est pas récent, l'appréhension de l'espace est, à la Renaissance, largement liée à la quête du temps ¹¹².

Il est inutile de rappeler le succès touristique de sites marqués par l'histoire, en revanche on se doit de signaler les sites consacrés par la « petite » histoire, celle des sociabilités liées à l'esprit d'une génération ou d'une époque comme, par exemple, les visites de la tombe du chanteur Jim Morrison, à Paris. Le touriste court après le « très ancien » ou le site naturel « impressionnant », mais aussi après des « atmosphères » liées à des endroits. Ces lieux sont *symboliques* au sens étymologique du terme : ils rassemblent, dans une communion, les amoureux actuels (ou anciens) du site. Le tourisme est synonyme de nostalgie, il illustre bien l'idée que l'espace est du temps concentré ¹¹³.

Comme un livre ouvert, le territoire s'offre au déchiffrement ; certains savent lire entre les lignes, d'autres prennent pour argent comptant ce qu'ils voient. Dans le monde du voyage, on n'explore pas l'étendue uniquement avec les yeux, mais aussi avec des mots : H. Bosco et J. Giono nous en fournissent quelques uns pour aimer la Provence, comme le signale Michel Marié. Les guides touristiques, les revues et les romans en proposent d'autres. La Bible a été longtemps le référent pour décrypter les mystères de l'espace et de la Création.

[95]

Le tourisme révèle ainsi ses antécédents romantiques qui lui ont donné sa forme actuelle. Alors que le voyageur idéal vise un retour sur soi, le touriste recherche une dispersion et un éclatement de soi en mille tentations et flâneries « superficielles ». Il vit sur le mode de la polysensualité, de la polyspatialité et de la polysociabilité. Le touriste

¹¹² J. Ceard, *ibid.*, p. 602.

¹¹³ M. Maffesoli, *Le temps des tribus*, Paris, Méridiens-Klincksieck, 1988, p. 159.

explose en mille futilités, pendant que le « vrai » voyageur, à l'écoute des murmures des ruines, implose sous le poids des siècles et des sensations ; le « syndrome de Stendhal » en est l'horizon fantasmatique. Stendhal part en Italie pour comparer ses mots aux mots des Anciens, pour mettre en écho ses sensations avec celles des grands maîtres qui ont foulé le même sol, devant la même église ou devant la même sculpture : l'espace touristique fait parler, aussi est-il jonché de mots. Cependant ces mots, pour être justes et pour « porter » loin, doivent puiser au fin fond des mythes et des légendes de l'espace - d'où la floraison de stéréotypes et d'archétypes que l'on remarque dans le discours sur les voyages. Discours que l'industrie touristique a vite repris à son compte.

R. Barthes remarque que le *Guide bleu* ne connaît le paysage que sous la forme du pittoresque, c'est-à-dire tout ce qui est accidenté. On retrouverait ainsi, selon lui, un mythe alpestre, datant du XIXe siècle, que André Gide associait à la morale helvético-protestante et qui aurait fonctionné comme un mélange bâtard de puritanisme et de naturisme - la régénération par l'air pur, les idées morales devant les sommets et l'ascension comme civisme ¹¹⁴.

Notons néanmoins que l'étymologie du mot pittoresque renvoie à peintre, peintre. Naguère, on admirait dans la nature ce qui était, ou pouvait être, peint. De nos jours, le pittoresque est défini à l'aune de la caméra ou de l'appareil photographique. La perception de la nature s'effectuait selon le prisme de la peinture, tandis qu'à l'heure actuelle elle se fait [96] selon les lois du monde des images (cinéma, photographie, télévision, vidéo). La nature « doit » imiter l'art, car c'est l'art qui a « inventé » la nature, telle est la règle tacite dans l'univers du dépaysement et de l'exotisme.

Aux siècles précédents, la peinture désignait au voyageur les objets dignes d'admiration, les guides les classaient et leur distribuaient des étoiles en fonction de leur degré d'« authenticité », c'est-à-dire en fonction de leur ressemblance aux modèles picturaux ou littéraires.

De même, la nature « devait » confirmer la bible au temps de C. Colomb ; les choses ont peu changé, nos diverses perceptions actuel-

¹¹⁴ R. Barthes, *Mythologies*, Paris, Ed. Seuil, 1970, p. 122.

les de la nature doivent également confirmer nos différentes bibles idéologiques ou esthétiques.

II. LES VERTUS DE L'ESPACE

[Retour à la table des matières](#)

Le regard sur la nature est d'émanation religieuse : l'homme a d'abord détourné son regard du Ciel pour le porter sur la terre et ses habitants. Il en vint ainsi à diviniser la nature. Malgré l'intermède cartésien posant la nature comme une « chose », l'imaginaire écologique renoue avec cette perception de l'environnement. La lecture de l'espace a été fortement imprégnée par les Écritures et par une vision symbolique et ésotérique du milieu naturel ¹¹⁵. Cela pour dire que le sentiment de vénération d'un élément naturel imposant existait bien avant l'époque romantique. Véhiculé par le religieux, il prit une autre forme avec le rousseauisme, même si le socle symbolique est le même. Tous les symboles de la hauteur, de la verticalité, que ce soit dans les mythes ou dans des textes religieux, expriment une idée de purification, d'élévation spirituelle, de prégnance du Haut par rapport au [97] Bas. Cette attitude est une constante facilement observable dans maintes civilisations, avec, évidemment, des expressions et des formes spécifiques. Elle constitue une sorte d'invariant culturel. On la retrouve même dans les publicités concernant les Pyrénées ou les Alpes ¹¹⁶.

Le lien qui s'établit entre la configuration des lieux et les vertus *thérapeutiques* qui leur sont attribuées draine des masses de curistes dans les centres de thalassothérapie, au grand dam de la Sécurité sociale. Guérir l'âme ou le corps a été la suprême justification des déambulations et des plaisirs vacanciers. Dans l'univers du voyage, l'attrait pour la mer, le rivage, dans sa forme actuelle de plages bondées, est récent, bien qu'il existait, dans une certaine mesure, chez les Romains. Comme des variations musicales sur un même thème, la pratique tou-

¹¹⁵ A. Cauquelin, *L'invention du paysage*, Paris, Plon, 1989.

¹¹⁶ S. Rebillard, Identité et imaginaire d'une région, in R. Amirou (dir.), « Image, stratégie et communication », *Cahiers d'Espaces*, n° 23, Paris, ÉTÉ, p. 9-14.

ristique a traversé les époques en prenant des contenus différents, mais elle a gardé une ossature symbolique stable.

Il a fallu du temps pour que les gens acceptent de séjourner, en été, sur les plages. Les rentiers allaient, en saison estivale, à la montagne ou dans les villes d'eau, et, l'hiver, ils occupaient les palaces des côtes pour profiter de l'air marin. Changer ces habitudes n'était pas chose simple. Le discours médical a dû s'en charger. Il fit du rivage, longtemps considéré comme une aire « maléfique », un lieu de bien-être corporel. Les médecins, emboîtant le pas aux prêtres, vont ainsi « sanctifier » des lieux. Ils vont partager les sites en amis ou ennemis de la santé. Comme le note Alain Corbin, à propos des plages en Italie, au siècle dernier, « c'est à l'aide des impressions cénesthésiques, c'est avec son diaphragme, ses viscères que l'individu de ce temps apprécie le territoire qu'il traverse, tout paysage exerce sur lui son action, il peut se révéler nocif ou bénéfique, comme la constitution médicale [98] du lieu, il ne saurait être neutre (ibid., p. 175). Le voyageur sent que l'endroit qu'il visite propose des bienfaits ou présente des dangers.

Les choses ont peu changé en un siècle. Depuis les Hygiénistes du siècle dernier jusqu'aux discours actuels de la prévention sociale, l'espace apparaît comme le moyen de redresser les déviations de tous genres et la soumission au « bon espace », l'épreuve par laquelle il faut passer pour mériter son intégration sociale ¹¹⁷.

L'appréciation de l'espace ne relève pas seulement de la thérapie corporelle, elle concerne aussi la médecine de l'âme. Les Romantiques ont excellé dans l'art de jalonner l'espace de valeurs spirituelles. Le lieu peut nous convertir. A défaut de nous renvoyer à une théologie, à une croyance, il peut nous renvoyer à nous-mêmes. C'est un miroir parfait de nos états d'âme (le paysage est un état d'âme disait Amiel).

Nous retrouvons, sous-jacente aux pratiques touristiques, une version particulière de la célèbre théorie des climats. Montesquieu, dans *L'esprit des lois*, soutient que le climat explique la différence de tempéraments et de mœurs entre les peuples. Le touriste prend la thèse à la lettre, mais d'une façon particulière : il croit qu'en changeant de

¹¹⁷ F. Paul-Lévy, M. Segaud, *Anthropologie de l'espace*, Paris, CCI-Centre Georges-Pompidou, 1983, p. 14. Voir aussi M. Augé, *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Paris, Seuil, 1992.

climat, il changera de personnalité. Sous le soleil, il peut devenir, l'espace d'un mois, un Polynésien par l'esprit et par le corps (en choisissant une bonne crème à bronzer).

Tout se passe, comme si, par la magie du climat et de l'esprit des lieux, il s'accapare les caractéristiques réelles ou imaginées des autochtones ; il devient nonchalant sous les tropiques, actif à la montagne, mélomane à Vienne et quelque peu romantique à Paris.

Il s'agit bien d'un mythe, dans la mesure où c'est une croyance collective.

[99]

Dans tout cela, la partition binaire de l'espace, d'inspiration religieuse, selon les deux catégories du « pur » et de l'« impur », est toujours à l'œuvre. Quoi de plus plausible, en effet, que la fatigue ou l'épuisement pour signifier sa piété ? On constate qu'une simple marche en montagne suggère l'idée d'une dépense qui rapporte, d'un épuisement qui permet de capitaliser ultérieurement des forces ¹¹⁸. La dépense physique apparaît ainsi comme un gage de piété touristique. La fatigue, le « travail » physique, intellectuel ou spirituel, apparaissent comme des rites nécessaires pour faire « parler » l'espace, pour lire ses « secrets ». Aussi, l'accès à l'espace touristique se mérite-t-il ; il nécessite une capacité de déchiffrement symbolique.

Visions de la nature

La nature ramène l'homme sur le droit chemin ; aussi, améliorer le sort des ouvriers, en les transportant hors des villes, fut-elle la motivation de Thomas Cook, l'inventeur des voyages organisés modernes.

Prédicateur baptiste de la région du Derbyshire, où vivait une population ouvrière démunie, Thomas Cook amena en train, à Loughborough, le 5 juillet 1841, quelques ouvriers de Leicester pour qu'ils assistent à un meeting de lutte contre l'alcoolisme. Le voyage coûtait un

¹¹⁸ A. Rauch, La morale et la vertu du dépaysement, in *Autrement*, op. cit., p. 182-188. Voir aussi S. Briffaud, *Visions et représentations du paysage montagnard (Pyrénées centrales - milieu du XVIIIe siècle/milieu du XIXe siècle)*, thèse de doctorat, Université Toulouse-Le Mirail, 1991.

shilling et comprenait comme prestations un thé gratuit, des petits pains au raisin et de la musique. Le premier voyage à forfait où le transport et l'hébergement sont inclus était né ; avec lui renaissait également la perception moraliste et pédagogique des voyages.

Les débuts du tourisme de masse prennent une coloration religieuse, que l'on retrouve, quelque peu atténuée, dans [100] les mouvements des Auberges de Jeunesse, au début de notre siècle. Le dépaysement, à l'instar du pèlerinage, devient une expérience de régénérescence morale. Ces dimensions ne quitteront plus l'univers du loisir. Prêtres et missionnaires feront du loisir un vecteur de moralisation et de conversion. L'entre-deux-guerres va accentuer la tendance. Il est essentiel de prendre en compte le poids social et idéologique du mouvement catholique pour comprendre la mise en tourisme de nombre de régions françaises. Le courant rustique de l'entre-deux-guerres, la marche à pied, le contact avec la nature et la société rurale sont des thèmes qui pénètrent sans difficulté dans le monde catholique car, d'une certaine manière, ils y existaient déjà à l'état latent. La valorisation du travail artisanal et paysan se fait dans la même perspective. Comme au Moyen Age, « imiter Dieu » est un excellent moyen de s'en rapprocher.

La ville est le lieu du mal et de la perdition, elle attire les paysans, les séduit et les détourne de leur foi. Telle est la conviction de l'Église de la France rurale. Dès lors, le retour à la terre, à la campagne et à la nature prend une allure de conversion. La thématique symbolique de la nature rédemptrice fera couler beaucoup d'encre, et aussi, hélas, beaucoup de sang quand, pervertie, elle servira de terreau pour l'idéologie de Vichy ou pour celle de la jeunesse hitlérienne des années 30. Cette croyance va néanmoins constituer la toile de fond symbolique de toutes les entreprises d'éducation par le voyage, va imprégner profondément l'univers mental des colonies de vacances.

Il y a toujours eu des montagnes, des forêts et des rivières autour des sites d'habitat, mais la nature, en soi, ne crée pas le culte des beautés naturelles. Le spectacle (ou la « mise en tourisme ») d'une chose n'est pas donné avec son existence. Il a fallu plusieurs siècles pour que le « paysage » devienne objet d'admiration. Il y a trois siècles, répétons-le, le paysage désignait d'abord un style de peinture « qui représente les campagnes et les objets qui s'y rencontrent » (*Encyclopédie* [101] de 1751). L'art pictural va donner naissance au paysage, le *in*

visu va faire le *in situ*. On n'aime pas ce qu'on voit, mais on voit ce qu'on aime. Le regard touristique n'échappe pas à la règle.

Un proverbe biblique dit que « quand il n'y a plus de visions, il n'y a plus de peuples » (Proverbes, 39, 18) ; on pourrait, en paraphrasant, dire que là où il n'y a pas de communauté, il n'y a pas de regard touristique. On peut le vérifier chez les amoureux de la montagne. Les comportements et les attitudes des alpinistes, entre eux comme vis-à-vis des tiers, « ont une racine idéologique de fondement religieux », nous révèle une étude. « Les touristes sont vécus comme les "béotiens" ou mieux encore, pour rester dans la connotation religieuse, les "Philistins". »¹¹⁹ Comme une secte à rites d'initiation, l'alpinisme fonctionne comme un système de groupe fermé par lequel les « autres » sont avant tout les exclus. Un des résultats instructifs de cette enquête provient de l'analyse des discours des escaladeurs. En relisant les propos ou les écrits, d'il y a cinquante ans, et en les comparant à ceux d'aujourd'hui, on constate la pérennité de thèmes esthétiques et éthiques propres aux alpinistes des origines (solitude, aventure, contact avec la nature vierge). La « difficulté » est valorisée à souhait, en vertu d'une « morale de l'effort qui n'a d'autre apparemment mythique que celui de l'héroïsme (militaire, religieux ou laïc) » (ibid., p. 117).

La nature comme adversité, l'espace comme épreuve de salut sont des faits communs à l'alpiniste et à l'*homo religiosus*. On retrouve ainsi une des caractéristiques de l'aller pèlerin, à savoir l'amplification, la sacralisation de l'énergétique de l'acte lui-même ; la décision de partir, la marche vers le lieu saint, contient déjà sa rançon de grâce.

L'idée de pèlerinage, de rapport à un lieu lustral, renvoie à [102] une notion de *communitas*, même si le cheminement et l'épreuve de l'espace demeurent une affaire individuelle. On retrouve les relations complexes qui s'établissent entre l'individu, la communauté et un territoire. « La vision de la nature se situe donc au-delà de la stricte matérialité et ne se conçoit donc de fait qu'en termes de relations entre un groupe social organisé collectivement (et non en catégories socioprofessionnelles, même si cette stratification intervient sur l'organisation

¹¹⁹ P. Bourges, R. Mizrahi, *Vision de la nature chez les pratiquants de loisirs de montagne. Enquête de terrain et problématique du risque*, CORDES, Paris, 1979, p. 117.

du groupe) et un territoire sémantiquement privilégié et spécifié par la pratique auquel on le soumet, et qu'elle organise pour ses propres fins. » ¹²⁰ Ainsi, un système stable de représentations de la nature (une cosmologie) n'est accordable qu'avec un groupe aux caractéristiques communautaires.

Le regard touristique, comme « système stable de représentations », est en relation avec une certaine dimension « communautaire » stable. Celle-ci est réelle chez les alpinistes. Elle l'est aussi, mais d'une manière différente chez les touristes qui constituent une communauté aux contours très flous. Ces derniers croient néanmoins à l'existence d'un « bon regard touristique ». Celui-ci est justement l'enjeu d'une compétition entre les diverses « communautés » du voyage : les vrais voyageurs, les pseudo-exotes ou touristes, les écrivains et les ethnologues. Chacun prétend détenir l'authenticité et la perspicacité du regard. Cependant, on constate qu'au-delà de cette polémique se profile une vision commune de l'espace exotique ; « c'est l'apologie de la différence, l'exaltation de l'altérité et, en dernière analyse, le refus de l'universel » ¹²¹, qui la sous-tend. En accablant d'éloges les populations aux coutumes « pittoresques », on entend les confiner dans leur « pureté » originelle ; on aboutit même, dans certains cas, à contester la légitimité de la présence des autochtones sur les lieux « sacrés ». Quand les indigènes ne correspondent pas à [103] l'image que l'on se fait d'eux, ils sont exclus de l'appartenance symbolique aux lieux. D'héritiers, ils deviennent des imposteurs. Combien de touristes n'ont pas trouvé les Grecs contemporains, un peu trop orientaux à leur goût ? Que dire des gens qui apprécieraient bien l'Égypte (ancienne) sans les Égyptiens actuels ? Ainsi, des populations, y compris touristiques, sont jugées « dignes » ou « indignes » de certains lieux, selon une grille de lecture qui emprunte largement aux catégories du sacré, du pur et de l'impur.

¹²⁰ *Ibid.*, p. 168.

¹²¹ J.-Cl. Guillebaud, Une ruse de la littérature, in revue *Traverses*, n°s 41-42, CCI-Beaubourg, Paris, 1987, p. 15-19.

Le substrat religieux

Comme le note P. Deffontaines : « Pour beaucoup de peuples, les migrations apparurent comme des calamités religieuses » (...) « Ce fut un des graves problèmes qui se posa aux hellènes préhomériques de l'époque des migrations, il leur fallut s'éloigner des tombes vénérées. La patrie est essentiellement la terre du culte des morts. » ¹²² Cependant, les cas où la religion a été cause de fixation sont peut-être moins fréquents que ceux où elle contribue à rendre les peuples errants. La religion a fourni un corpus tout fait de justifications autorisant les déambulations des individus. Cet avis est, bien entendu, loin de faire l'unanimité des analystes des migrations humaines. Pour certains, ce furent le besoin et les contraintes biologiques et économiques qui poussèrent les hommes à se déplacer. Les migrations des nomades ont des causes géographiques et climatiques ; de même, le plaisir de voyager n'était pas le mobile des expéditions guerrières menées par les anciens peuples. Les premiers hommes qui, de leur propre mouvement, se mirent en route pour des terres lointaines furent des marchands, soutient H. Enzensberger. [104] D'ailleurs, précise-t-il, en ancien hébreu, les mots « marchand » et « voyageur » sont synonymes.

Les motivations économiques, certes importantes, n'expliquent pas tout. Pour Mircea Eliade, le phénomène est plus complexe et s'enracine dans la nuit des temps. Qu'il s'agisse de défricher une terre inculte ou de conquérir et d'occuper un territoire déjà habité par d'autres êtres humains, « la prise de possession rituelle doit répéter la cosmogonie. Dans la perspective des sociétés "archaïques", tout ce qui n'est pas "notre monde" n'est pas encore un monde. On ne fait "sien" un territoire qu'en le "créant" de nouveau, c'est-à-dire en le consacrant » ¹²³. Cela est également vrai pour les Grecs anciens, qui procédaient à des sacrifices avant de s'installer sur un nouveau territoire. Pour M. Eliade, ce comportement religieux à l'égard des terres inconnues s'est prolongé, même en Occident, jusqu'à l'aube des Temps modernes. Il cite l'exemple des conquistadores espagnols et portugais qui prenaient

¹²² P. Deffontaines, *Géographie et religions*, Paris, Ed. Gallimard, 1948, p. 278.

¹²³ M. Eliade, *Le sacré et Le profane*, op. cit., p. 34.

possession, au nom du Christ, des territoires qu'ils avaient découverts et conquis. L'érection de la croix consacrait la contrée, équivalant en quelque sorte à une « nouvelle naissance » par le Christ. « Les choses vieilles sont passées ; voici que toutes les choses sont devenues nouvelles » (Corinthiens, VI, 17). Le pays nouvellement découvert était « renouvelé », « recréé » par la Croix. Cesare Vasoli montre comment la recherche de l'or, objet des voyages de Christophe Colomb, vient se superposer au thème de l'unification du monde et de la libération de Jérusalem par la monarchie d'Espagne. L'or est présenté comme un moyen pour cette fin qui consiste à convertir l'Autre ¹²⁴. Aussi peut-on dire que les causes religieuses sont un moteur du départ, de la découverte et du voyage, aussi efficaces que les motivations économiques. « Il est évident que C. Colomb par exemple (et n'oublions [105] pas qu'il signe ses lettres "christo Ferens", c'est-à-dire "le porteur du Christ") n'a que cette obsession, qui le pousse autant à partir qu'à poursuivre sa route : la réunification christique de l'univers. » ¹²⁵

La transgression des limites de la cité ou de la communauté auxquelles appartient l'individu s'explique par « le désir de liberté absolue, le désir de rompre les liens qui le tiennent rivé à la terre et de se délivrer de ses limites »..., « qui se range parmi les nostalgies essentielles de l'homme », affirme M. Eliade ¹²⁶. Or, cela ne va pas sans une certaine culpabilité.

P. Berger pose la religion comme structure de justification des comportements humains. « Si nos sociétés sont largement sécularisées, une partie des discours qui les légitiment continuent à faire appel à des justifications de caractère transcendant (le respect de la vie par exemple). » ¹²⁷ L'univers des voyages n'échappe pas à ce processus. Le départ doit se justifier, tel est l'impératif qui domine la conscience du sédentaire. L'attrait du gain ne peut constituer en soi une raison suffisante pour l'individu en partance, ou pour la collectivité à laquelle il appartient. « En tout état de cause, les différentes étiologies économiques, techno-scientifiques, pour importantes qu'elles soient, ne peu-

¹²⁴ C. Vasoli, Colomb et le voyage « prophétique », in *Voyager à la Renaissance*, op. cit., p. 37-50.

¹²⁵ F. Affergan, op. cit., p. 40.

¹²⁶ M. Eliade, *Le sacré et le profane*, ibid., op. cit., p. 35.

¹²⁷ C. Javeau, *Leçons de sociologie*, Paris, Meridiens-Klincksieck, 1988, p. 176.

vent à elles seules sédimenter une pulsion ou un désir de voyage. » Ne voir dans les voyages du XVIIe siècle « que prétextes ou pratiques divertissantes aboutissant à la domination et à l'appropriation, c'est méconnaître les pulsions et les motivations qui poussent l'explorateur, ou tout homme à se décentrer pour ausculter une périphérie de l'univers » ¹²⁸.

La mobilité spatiale trouve son origine dans une motivation religieuse ¹²⁹. Découvrir, voyager, consiste non seulement à [106] élargir les limites du monde, mais encore « à refouler le chaos et les brumes de la mer ténébreuse ». Transgresser les limites spatiales imparties à la communauté nécessitait une raison indiscutable, transcendante ; dans ces conditions, la justification religieuse était la seule qui s'imposât naturellement.

Les sociétés dites archaïques, comme le note M. Eliade, conçoivent le monde environnant comme un microcosme : « Aux limites de ce monde clos, commence le domaine de l'inconnu, du non formé. D'une part, il y a l'espace cosmisé, puisque habité et organisé, d'autre part, à l'extérieur de cet espace familier, il y a la région inconnue et redoutable des démons, des larves, des morts, des étrangers ; en un mot, le chaos, la mort, la nuit. » ¹³⁰ Cette image d'un microcosme habité, entouré de régions désertiques assimilées au chaos, a survécu même dans les civilisations très complexes comme celles de la Chine, de Mésopotamie ou de l'Égypte. (L'expression « régions désertiques » ne désigne pas ici le désert, qui est l'objet d'une symbolique propre, ainsi que l'explique Jacques Le Goff.) ¹³¹

Au sein même de la notion de sacré, coexistent deux sentiments, l'inviolabilité et la désirabilité, deux données que l'on retrouve dans les manifestations modernes du voyage. On arrive à penser l'espace sacré, non plus en terme matériel de territoire, mais en pôles s'excluant l'un l'autre, le sacré et le profane, le pur et l'impur. Cette exclusion et cette dichotomie expliquent alors toutes les démarches en vue d'appriivoiser la charge négative des choses ou des êtres sacrés. Une

¹²⁸ F. Affergan, *op. cit.*, p. 43.

¹²⁹ M. W. G. L. Randles, Sur l'idée de découverte, in *Actes du Ve Colloque international d'histoire maritime*, *op. cit.*, p. 19.

¹³⁰ M. Eliade, *ibid.*, p. 32.

¹³¹ J. Le Goff, *ibid.*, p. 74.

sorte de communication s'établit entre ces deux zones par le biais des rites, quels qu'ils soient (propitiation, expiations, sacralisation, désacralisation, etc.) ou par le biais du sacrifice, tel que l'ont montré Henri Hubert et Marcel Mauss ¹³². La victime [107] du sacrifice sert d'intermédiaire dans la communication, ou dans la séparation, entre « monde » profane et « monde » sacré. (M. Detienne montre que le sacrifice peut être également interprété comme la consécration de la séparation, de la distance, entre les dieux et les hommes - cf. *La cuisine du sacrifice*.) Il semble que cette bipolarité se retrouve dans l'espace du tourisme.

III. TOPOLOGIE TOURISTIQUE

[Retour à la table des matières](#)

Cela étant, quand on compare le tourisme au pèlerinage, on éprouve une gêne à délimiter nettement leurs territoires respectifs. L'un comme l'autre sont traversés par une logique ambivalente, illustrée par un va-et-vient permanent entre le sacré et le profane, le sérieux et le frivole, l'authentique et le superficiel.

Un espace topologique

Il n'est pas aisé en se promenant aux alentours du Mont-Saint-Michel, par exemple, de percevoir la part de dévotion et celle de tourisme qui animent les visiteurs, tant les deux interfèrent. Les lieux et les comportements des individus ne permettent pas de classer aisément les visiteurs en deux catégories distinctes de pèlerins purs ou de touristes. Lourdes et La Mecque offrent le même aspect mixte de motivations séculières et de pèlerinage.

De même, les grandes ruées modernes vers le soleil rappellent étrangement, par leur caractère quasi obligatoire, les diverses processions effectuées dans le passé par des peuples, pour rendre hommage à leurs dieux. Le mausolée où repose [108] Mao Tsé-Toung, les tom-

¹³² H. Hubert, M. Mauss, *Mélanges d'histoire des religions*, Paris, Alcan, 1929.

bes de Lénine et du général de Gaulle constituent également des lieux de pèlerinage laïcs.

On peut parler d'espace topologique, pour caractériser l'espace touristique et religieux. La relation à l'espace dans le tourisme est purement qualitative ; elle répond à des considérations affectives. La réalité métrique et physique de l'espace réel est comme mise entre parenthèses pendant les vacances.

Sans faire miennes toutes les acceptions que donne J. Piaget à la notion de topologie, car cela risquerait d'associer le tourisme à une régression infantile, on peut cependant l'utiliser comme métaphore explicative. J. Piaget situe la perception de l'espace, qu'il qualifie de « topologique », dans les premiers mois de la vie du bébé. Elle se caractérise par le découpage de l'espace en zones de plaisir ou de déplaisir. On retrouve le même découpage spatial chez les touristes. Le tourisme dit sexuel délimite ainsi ses lieux de prédilection et attribue des valences « chaudes » ou « froides » à l'étendue spatiale.

Il me semble que la relation à l'espace supposant un « moi-je » comme « centre du monde » face à l'étendue –approche classique de la psychologie - est à nuancer ; en effet, c'est le Moi-Nous (le micro-sociétal) qui va donner signification, valeur affective et marquage physique et symbolique à l'espace de vacances. Le groupe, le collectif « sacrent » les lieux, l'individu se contente d'exprimer des préférences dans une gamme restreinte de territoires considérés comme touristiques : il ne peut les baptiser de son propre chef, les « inventer ».

Les lieux du culte

Tout site ne peut devenir une destination touristique sans une consécration ; la caution et l'adhésion mentale de la foule de consommateurs sont nécessaires pour que le lieu intègre l'espace des vacances. Le même raisonnement peut être tenu [109] en ce qui concerne

les pèlerinages ¹³³, bon nombre d'entre eux ont disparu, d'autres sont apparus ou ont été revisités par le publié ¹³⁴.

Le rôle des célébrités mondaines demeure important dans l'élection des lieux touristiques. Le duc de Morny lance en 1858 les stations de Deauville et de Trouville, en 1854 l'impératrice et Napoléon III séjournent à Biarritz qui eut, dès lors, une réputation mondiale. La célébrité, forme moderne d'élection et de salut, semble servir de moyen de « sacralisation » laïque de certains endroits. Un récent séjour à Dublin m'a apporté une autre confirmation. Des circuits sont proposés, selon les événements marquants des pérégrinations du héros du roman, Ulysse, de J. Joyce ¹³⁵.

La longue route à faire pour arriver à son lieu de prédilection, à sa station préférée, l'autoroute, l'embouteillage, voilà ce qui sépare, qui allonge inutilement le chemin vers l'objet de ses désirs (la mer, le soleil ou le sanctuaire). C'est l'insécurité des routes, insécurité vécue par les pèlerins vers Saint-Jacques-de-Compostelle, par divers voyageurs du passé et aussi, réelle ou fantasmée, insécurité par le vacancier moderne. La mort et les accidents qui marquent de leur empreinte les vacances, la maladie, tout cela, à tort ou à raison, vient renflouer l'image du touriste affrontant les aléas de la vie moderne. Avions qui s'écrasent, bus qui culbutent dans le fossé, maladies tropicales, le danger encouru est là pour authentifier la sincérité de la quête et autoriser ses épiphanies hédonistiques. Chacun paye son tribut, le vacancier aussi [110] bien que le pèlerin. Cela illustre bien la perception quasi religieuse, en termes de rites de passage, de la distance à parcourir avant le site à visiter. Il subsiste, en quelque sorte, une notion de prix à payer, de rachat par l'épreuve de l'espace et de la distance pour le voyageur, laïc ou religieux.

¹³³ P. Deffontaines, *Géographie et religions*, *op. cit.*

¹³⁴ H. Branthomme, J. Chelini, *Les chemins de Dieu, Histoire des pèlerinages chrétiens des origines à nos jours*, Paris, Hachette, 1982, p. 254.

¹³⁵ R. Nicholson, *The Ulysses guide. Tours Through Joyce's Dublin*, Londres, Methuen, 1988 (l'agence de voyage parisienne « Voyage et création » est spécialisée dans le voyage « littéraire »).

Voir aussi, à propos de la ville, en général, P. Sansot, *Poétique de la ville*, Paris, Klincksieck, 1973, et *Les formes sensibles de la vie sociale*, Paris, PUF, 1985.

Voilà ce qu'on lit dans l'opuscule d'un voyageur anonyme du début du siècle, en 1913, plus exactement : « L'Espagne n'est pas très fréquentée ; les routes sont généralement atroces, les hôtels mauvais, l'essence est rare et coûte 1 F le litre à cause des impôts. Cook n'y envoie pas encore ses troupes ; c'est donc l'endroit où il faut aller. » ¹³⁶

¹³⁶ Anonyme, *En vacances (À la côte d'Argent. Sur Le plateau central)*, Poitiers, Ed. G. Roy, 1913, p. 7.

[111]

**Imaginaire touristique
et sociabilités du voyage.**

**Deuxième partie.
Espace et tourisme**

Chapitre V

Espace et quête de sens

[Retour à la table des matières](#)

Après avoir cerné quelques caractéristiques de nos relations à l'espace, tant dans le pèlerinage que dans le voyage moderne, il convient de préciser d'autres éléments constitutifs de l'imaginaire du tourisme selon une dialectique entre *intérieurité* et *extériorité*, entre le « dedans et le dehors ». On pourrait alors poser l'espace touristique comme le réceptacle d'une quête de sens.

I. L'ESPACE TOURISTIQUE

Il existe une différence entre espace du touriste et espace du tourisme. Alors que ce dernier nous est extérieur et matériellement accessible, l'espace du touriste est « intérieur » au sujet voyageur, qu'il soit un individu ou une collectivité, et ne peut être qu'induit à partir d'indices disséminés dans un discours global » portant sur nos déambulations ¹³⁷.

[112]

L'espace du touriste

Tandis que l'espace touristique est affaire de géographes et d'aménageurs, l'espace du touriste n'est « lisible » qu'à travers nos prismes et nos codes iconologiques du moment - ou présents sur le long terme historique. Il existe, en effet, une certaine permanence du regard touristique ¹³⁸.

L'espace n'est qu'un miroir que « présente » l'étendue physique à l'esprit d'une époque. Le désert ou la campagne, par exemple, ne sont devenus objets touristiques que récemment : d'espaces de la désolation, ils se sont transformés en espaces de la consolation pour le citadin.

On pourrait postuler l'existence d'un « invariant » anthropologique quant à notre perception de l'extériorité spatiale, quelques indices incitent à diriger nos pas dans cette direction de recherche.

¹³⁷ Par le qualificatif « intérieur », je désigne simplement l'usage social que nous faisons de l'espace dans une dialectique du « dehors et du dedans ».

¹³⁸ J.-D. Urbain, Sur l'espace du voyage : un voyage en Tunisie. Eléments pour une sémiotique de l'espace touristique des Français, in revue *L'espace géographique*, n° 2, 1983, p. 115-124 ; A. J. Greimas et J. Courtes, *Sémiotique, dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette-Université, p. 133.

Le discours touristique peut être décrit comme un phénomène de conversion sémiologique qui consiste à « traduire » l'étendue la plus banale en espace, selon des mythologies (et des codes) souvent implicites. Cette opération symbolique s'apparente, dans une certaine mesure, à un processus de « consécration » de l'espace tel qu'on l'observe dans les rites religieux (cf. M. Eliade).

Une illustration nous est offerte dans le discours que véhiculent les publicités touristiques. En invitant le voyageur à emprunter les circuits, on les invite aussi à épouser des lectures de l'espace.

Ainsi, les deux slogans « la Tunisie, cœur de la Méditerranée » et « la Tunisie, la Méditerranée du cœur » nous indiquent [113] le point de départ et le point d'arrivée non seulement d'un circuit touristique, mais d'un véritable rite initiatique. On passe d'une géographie physique (l'emplacement sur une carte de la Tunisie) à une géographie mythique (la « vraie » Tunisie). En parcourant l'étendue physique, nous pouvons accéder au « cœur » d'un pays « qui a du cœur », nous promet la réclame. Voilà comment se superpose, sur la direction géographique du parcours touristique prescrit, un sens symbolique qui fonde l'espace du touriste (J.-D. Urbain).

Comme toute initiation, c'est un cheminement, au propre et au figuré, allant d'une sensation banale à une émotion rare ; le touriste ne déambulerait pas machinalement sur un espace : il gravirait une échelle émotionnelle. C'est une nouvelle version de la carte du Tendre. On ne se déplace pas seulement d'un endroit à un autre, mais d'une émotion à une autre (l'authenticité, le « naturel », la simplicité, l'Orient...).

L'étendue physique n'accède ainsi à une existence que dans la mesure où elle incarne une idée, ou une émotion, reconnues par le discours touristique. Une véritable esthétique touristique s'annonce ainsi, cette anesthésie est, comme l'étymologie le confirme, un « sentir ensemble ». Ces émotions sont collectives, elles sont conventionnelles et standardisées.

Une norme « touristique » émerge : aller contre certaines idées et émotions reçues nous expose à une marginalisation croissante.

La découverte d'un site devient ainsi une pratique sémantique, une quête (fléchée et ritualisée) de sens. Aussi, le circuit touristique se fait-il en allant du plus « superficiel », du plus connu, ou du moins

différent (l'hôtel, la banque, etc.), vers la « profondeur » et l'authenticité. Ce mouvement est vécu comme un simulacre d'exploration proche d'un fantasme de défloration. Faire du kilomètre équivaut à aller plus loin dans la « connaissance profonde » et intime d'un pays. Advient ainsi une forme symbolique de [114] découpage radiocentrique de l'étendue matérialisée par des itinéraires qui vont de la périphérie au centre ¹³⁹.

Visiter un pays, c'est « fusionner » avec son « Centre ». La bipartition symbolique de l'étendue oppose ainsi un centre imaginaire (une intériorité mythique d'un pays, considéré comme seul lieu de vérité) à un « littoral » (une périphérie artificielle) ¹⁴⁰. Pour le touriste, un être de surface, le « mal » est à la périphérie, le « bien » au centre. Le continuum symbolique, intériorité/extériorité, bien/mal, se spatialise de la sorte.

Tout compte fait, le « bon » touriste se doit d'être un adepte du « dévoilement », il doit être convaincu que l'espace renferme des « secrets » ; aussi est-il persuadé que l'autochtone lui dissimule quelque chose - y compris au niveau spatial, car il y aurait des lieux « cachés ». Toute la fantasmagorie du labyrinthe, de la vie souterraine, des bas-fonds s'énonce ainsi et va faire le succès du tourisme urbain ou ethnique. L'étendue devient ce qui emprisonne une « intériorité ». Toute l'imagerie liée, par exemple, à des villes comme New York, Paris peut s'expliquer de cette manière. On suppose une « âme » à ces villes : âme à conquérir, bien sûr, selon une logique érotique.

L'espace rural subit aussi la même « lecture », il va équivaloir, dans la conscience collective, à un espace de l'« intériorité », de l'intimité, de la vie privée opposée à la vie publique - celle-ci étant entendue comme propre aux cités urbanisées et polluées, matériellement et symboliquement. Dans ces conditions, pratiquer le tourisme vert (ou rural) connote d'emblée un penchant pour les choses essentielles : se retirer à la campagne reste toujours synonyme de retraite spirituelle. On acquiert ainsi, à tort ou à raison, une « épaisseur » [115] d'être rien qu'en optant pour la ruralité profonde et austère au lieu de la « superficialité » de la plage ou de la ville.

¹³⁹ Le terme de « radiocentrique » est utilisé par E. T. Hall, *La dimension cachée*, Paris, Le Seuil, coll. « Points », 1978, p. 180.

¹⁴⁰ J.-D. Urbain, *ibid.*, *op. cit*

Découvrir le « secret » d'un lieu relève du bonheur amoureux. Certains écrivains ne nous racontent pas seulement leurs voyages, mais bien comment Venise, dévoilée, est tombée à leurs pieds, ou comment ils ont « pénétré » l'âme d'un peuple. Le récit de voyage se transforme en topographie d'une conquête érotique. La bipolarité dedans/dehors (ou intérieur/extérieur) est travaillée, de part en part, par la logique du désir. Tout pays a une « profondeur » à découvrir, à pénétrer, quitte à la violer. Le regard vaut possession. L'étendue spatiale ne fait que jouer son rôle de miroir réfléchissant nos rêves d'omnipotence.

Les publicités et les guides touristiques sont les seuls médias à nous parler encore du bonheur et du paradis sur Terre. Cependant, la publicité conforte ce qui existe déjà, elle dit l'exotisme, mais elle peut difficilement « érotiser » un lieu. La littérature ou le cinéma le peuvent car ils créent des univers esthétiques autosuffisants et autonomes. La publicité ne le peut pas, car elle dépend trop d'autres langages, d'autres images, elle est un peu comme un gui qui se prendrait pour le chêne. L'image publicitaire ne constitue qu'une ritualisation d'idéaux sociaux, dans notre cas, du « bonheur » en vacances ; aussi toute réalité sociologique qui empêcherait l'idéal vacancier de se manifester est-elle déniée, ou omise dans le discours paradisiaque du tourisme. En cela, les publicitaires ne font que « conventionnaliser nos conventions, styliser ce qui l'est déjà, faire un usage frivole d'images décontextualisées, bref leur camelote, si l'on peut dire, c'est l'hypperritualisation », comme le dit Erving Goffman ¹⁴¹.

Cependant, comme lapsus du discours général que porte une société sur elle-même, la publicité trahit un impensé collectif digne d'être analysé, elle ne fait que nous conforter dans [116] nos croyances en un bonheur exotique, c'est-à-dire en un état mental qui peut être atteint en un geste simple : verser le prix d'un billet d'avion. Dans ce sens-là, les vacances sont plus un « état d'esprit » qu'une consommation avide d'espace. En somme, le discours sur une destination touristique est prédéterminé par des images qui relèvent d'un autre niveau de réalité, à savoir le registre du symbolique.

¹⁴¹ E. Goffman, *les moments et leurs hommes*, Paris, Seuil-Minuit, 1988, p. 185.

Un espace virtuel ?

La critique du tourisme tourne, en général, autour des thèmes de la réalité et de l'illusion (de l'expérience touristique). La « réalité » des pays serait escamotée, altérée ou gommée par les formes modernes de voyage. D'une certaine façon ce constat est plausible, mais pour des raisons qui ont peu été explicitées jusqu'à présent. L'« espace du touriste » utilise à sa guise des éléments de la réalité pour advenir : il fabrique un « réel » spécifique : une « réalité » bien... touristique.

Ici aussi, la dialectique du dehors et du dedans intervient et prend la forme d'un débat intra et intersubjectif sur ce qu'est l'« illusion » et sur ce qu'est la « réalité » dans la vie quotidienne. Le tourisme ne fait que spatialiser les questions qui nous taraudent l'esprit : le réel est-il au bout d'un voyage hors de soi, dans l'immensité du monde, quelque part derrière l'horizon lointain, sur une terre de la simplicité et de l'originel, ou à l'intérieur de nous-mêmes ? Ulysse moderne, devons-nous écouter les sirènes du lointain en courant d'aéroport en aéroport, ou devons-nous déchiffrer nos voix intérieures qui nous disent la vanité du mouvement hors de (chez) soi ? Les sirènes sont-elles en nous ou hors de nous ?

Le « *script* » touristique ne supporte pas que le décor soit gâché par des intrusions, jugées malencontreuses et complètement saugrenues, de la réalité sociologique : est ainsi « réel » dans le tourisme tout ce qui confirme l'image « reçue » d'un site ou d'un pays. Que ce soit par un mécanisme de projection [117] psychologique ou par aveuglement, toujours est-il que le touriste attend des visités, aussi pauvres soient-ils, qu'ils lui renvoient une image de bonheur et de joie de vivre. Il est persuadé que le « bonheur » des vacances est contagieux, et ce d'autant plus que les brochures insistent sur le sourire et le côté « attachant » des populations locales.

Nous comprenons tous comment procède cette « langue » touristique : nous la tolérons, comme nous admettons la licence poétique que s'autorise un romancier avec l'orthographe ou le sens des mots. Nous acceptons ainsi, comme « licence », les écarts avec le réel dans le discours touristique. Nous sommes mêmes reconnaissants envers ce « su-

jet manipulateur abstrait » qui nous fait « partir », rêver, rien qu'en présentant quelques cocotiers, du sable fin et quelques signes d'exotisme. De ce point de vue, les industriels du tourisme ont plus à voir avec les machinistes et les décorateurs de théâtre qu'avec une secte conspirant dans l'ombre pour nous « détourner du droit chemin et du juste regard ». Le tourisme appartient de plain-pied à l'univers du spectacle.

On peut en trouver des illustrations dans la tendance qu'ont, aussi bien le tourisme que le loisir actuels, à s'organiser selon les lois du théâtre classique : une unité de lieu, de temps et d'action. Paradoxalement, le touriste impatient d'aller « dehors », vers l'« ouvert », ne rêve que d'un « dedans », d'un « fermé » : le club ou le village. L'espace de vacances est une scène bien séparée du monde ordinaire, un simulacre d'île. C'est un univers théâtral.

Il importe de bien comprendre, par exemple, que, chez Disney, tout est théâtre : ils appellent leurs employés *cast members* (membres de la troupe) ; certains sont dits *on stage* (sur scène) et d'autres *off stage* (en coulisse) ; ils portent des costumes, non des uniformes. Ce que propose Disney est un décor : même les poubelles et les lampadaires diffèrent selon le décor environnant. Les ponts et les autoroutes conduisant au parc ont une apparence spéciale. Avant même d'arriver au parc, le public doit sentir qu'il entre dans un autre monde.

[118]

Ceux qui ne veulent pas voir l'importance de l'héritage théâtral et cinématographique de la société Disney ne peuvent comprendre cet univers. Ainsi on a construit un espace hors du temps et hors géographie, dans lequel Français, Allemand, Hollandais, Italiens, etc., devront se sentir à la fois dépayés et chez eux, mais toujours à l'aise.

Le principal trait de ce parc d'attractions demeure la glorification qu'il fait du « bon vieux temps ». Ainsi, au cœur de la modernité, se cache un rêve du monde de « jadis » : « Le Far West représenté dans "Frontierland" n'est pas celui qui a réellement existé, avec toutes ses difficultés, mais celui que l'on imagine un siècle plus tard, celui du "bon vieux temps". » ¹⁴² Ce thème nostalgique se présente ainsi com-

¹⁴² Eurodisney, le rêve pour tous, in revue *Projet*, n° 229, printemps 1992, p. 93-98.

me une forme d'invariant anthropologique, la recette Disney tient assez peu compte des diversités nationales.

C'est souvent l'imaginaire qui va fonder, ou du moins façonner, et produire un espace touristique ¹⁴³. Le touriste marche sur la tête, si l'on peut s'exprimer ainsi. Aussi, ne peut-on affirmer que l'industrie touristique (l'infrastructure) ait généré directement l'imaginaire touristique (une superstructure) – il s'agit davantage d'une corrélation que d'une causalité directe : c'est d'abord l'imaginaire curial qui a donné naissance aux palaces de la Côte d'Azur, et non l'inverse.

La réduction actuelle de l'espace touristique au rôle de simple décor, sa théâtralisation et son aspect de simulacre sont constatés par maints auteurs. C'est en définitive ce que dénonce D.J. Boorstin quand il s'en prend à l'idolâtrie de l'« image » (du *sight*) dans le tourisme : « Le voyage devient une sorte de tautologie... nous regardons dans un miroir au [119] lieu de nous mettre à la fenêtre, et nous n'apercevons que notre reflet. » ¹⁴⁴

Le rêve du tourisme n'est-il pas de vouloir se passer carrément de ce support spatial « prévu-pour », de le transformer en miroir de nos fantasmes exotiques ? Plus besoin d'amener les gens sur des lieux propices à la rêverie exotique, puisqu'on peut, moyennant quelques artifices architecturaux ou théâtraux, suggérer cet environnement à l'endroit même où vivent les individus. L'expérience est déjà tentée à Singapour, où grâce aux techniques d'images de synthèse, on peut avoir la sensation de se promener sur une plage idyllique sans quitter son fauteuil. On peut même se promener mentalement dans l'église de Cluny, entièrement reconstituée par le biais de l'informatique, comme l'ont montré certains exposants au Salon de l'image de synthèse qui s'est tenu à Monaco, en 1993.

Nomades immobiles, les touristes partiront loin sans bouger; une forme de zapping des images du monde va s'instaurer. Il semble que c'est là un vieux rêve de l'inconscient touristique : vivre toutes les aventures, tous les dépaysements, assis sur son fauteuil et sans quitter son confort et ses habitudes. L'image de synthèse vient ainsi exaucer,

¹⁴³ G. Cazes, La géographie du tourisme : réflexions sur les objectifs et les pratiques en France, in *Annales de géographies*, Paris, A. Colin, 1987, n° 537, p. 598.

¹⁴⁴ D.J. Boorstin, op. cit. p. 153.

pour le touriste, un vieux souhait d'inertie « mobile ». Désormais, ce mélange de mobilité et d'inertie (ou ce nomadisme immobile) va devenir la règle du nouveau tourisme « virtuel » : on change de lieu sans changer d'univers mental (et réciproquement). L'espace du touriste finira par fonctionner comme un espace télévisuel ¹⁴⁵.

Ainsi, l'industrie touristique n'est pas uniquement dévoreuse d'espaces physiques, mais, aussi et surtout, d'espaces « mentaux » et d'espaces d'action. L'immensité du monde ne fait plus rêver, on revient aux valeurs de l'intimisme incarnées par la « bulle » touristique, miniature de destinations [120] exotiques. Vers 1920, un auteur écrivait déjà : « Le voyageur d'aujourd'hui peut dire : Je suis habitant de la Terre, comme il dirait : je suis habitant d'Asnières... Il y a des voyageurs qui ne savent plus qu'ils voyagent. » ¹⁴⁶ Le voyageur devient négateur des dimensions spatiales (on peut même observer une négation des volumes réels des sites quand on observe la formule de France-Miniature ¹⁴⁷). Autre exemple, L'Aquaboulevard de Paris qui propose un dépaysement exotique à portée de métro ¹⁴⁸ ; ou bien, les Center Parcs qui « vendent » le climat tropical sous les brumes normandes. Ainsi, des bulles tropicales surgissent dans les plaines du Nord : à Vernon, dans l'Oise - le Brésil se trouve désormais à trois pas de Paris, l'exotisme virtuel est déjà là.

À force de faire défiler à toute vitesse, sans descendre de bus, des groupes innombrables de touristes devant des monuments ou à travers des avenues ou sites célèbres, le tourisme, par l'utilisation même qu'il fait des lieux, par l'exercice de sa fonction spécifique, en vient à abolir l'existence de ces lieux. En bonne logique, la fonction touristique, puisqu'elle ne vaut que par elle-même et pour elle-même, pourrait tout aussi bien s'exercer sur des lieux quelconques, juge J. Cassou en paraphrasant les Dadaïstes qui se demandaient déjà, à peine ironiques, pourquoi le tourisme se réduit-il à des lieux ayant de soi-disant raisons

¹⁴⁵ J. Attali, *Lignes d'horizon*, Paris, Fayard, 1990.

¹⁴⁶ G. Rageot, « L'homme standard », librairie Pion, 1928, cité in P. Virilio, *Esthétique de la disparition*, Paris, Balland, 1980, p. 123.

¹⁴⁷ Amirou R. (dir.), *Cahiers d'Espaces*, n° 23, article France-Miniature, entretien avec Th. Coltier.

¹⁴⁸ J.-C. Lévy, Les Aquaboulevards ou la nature artificialisée, in « Les vacances », revue *Autrement*, n° 111, janvier 1990, p. 155.

d'exister et n'étendrait-il pas son action à des lieux n'ayant aucune raison d'exister ? ¹⁴⁹.

Un nouveau rapport social au jeu et à la nature est en train de s'instaurer ainsi. Avec ses connotations symboliques de « Coquille », et aussi de « Berceau », la croisière, par exemple, [121] réalise et incarne bien cet élément structurant l'imaginaire touristique : la coupure spatio-temporelle parfaite, sorte d'île flottante où domine un sentiment « de bonheur de la sécurité insouciant ». Le symbole du berceau n'évoque-t-il pas les mêmes images et n'est-il pas de cet ordre justement ? ¹⁵⁰.

Ainsi, tout incite à penser que l'espace du touriste » est proche de l'espace d'illusion tel qu'en parle D. Winnicott, à savoir une aire intermédiaire entre le « dehors » et le « dedans » du sujet touristique, n'appartenant ni à l'une ni à l'autre de ces sphères, mais qui constitue le noyau central de l'expérience touristique ¹⁵¹. En effet, il n'existe pas de rencontre « brute » entre un individu et un espace vierge, le touriste fuit cette immersion brutale dans l'« extérieur » ; aussi l'expérience touristique est-elle toujours médiatisée par des représentations, des valeurs et des images. En cela, l'imaginaire touristique s'apparente au rôle de la mère dont une des fonctions est, selon D. Winnicott, de « présenter » le monde extérieur au nourrisson de la façon la moins traumatisante possible. Le discours touristique ne nous présente-t-il pas une semblable version de la figure du monde ?

Un ethnologue, travaillant dans la région himalayenne, confirme ce fait en analysant la lecture particulière de l'espace que fait un voyageur qui présente un circuit conduisant aux hautes rives de l'Indus ¹⁵². Les images touristiques sont là pour rendre le monde lisse, sécurisant, accueillant et facile à comprendre.

¹⁴⁹ J. Cassou, Du voyageur au touriste, in *Communications*, n° 10, *op. cit.*, p. 25-34.

¹⁵⁰ J. Chevalier, A. Gheerbrant, *Dictionnaire des symboles*, Paris, R. Laffont, 1982, p. 116 ; G. Bachelard, *Poétique de l'espace*, Paris, PUF, 1957.

¹⁵¹ D. W. Winnicott, *Jeu et réalité*, *op. cit.*

¹⁵² G. Rovillé, Minorités ethniques et développement touristique dans les vallées du Nord-Pakistan, in *Les Cahiers du tourisme*, Aix-en-Provence, C.H.E.T., mars 1989, p. 31.

L'imaginaire touristique, qu'on ne considère pas ici comme un « objet » intérieur à l'individu (cf Melanie Klein), devient ainsi un espace transitionnel. Comme tout objet transitionnel, il unit l'ici et l'ailleurs, l'extérieur et l'intérieur. Il [122] se présente comme une structure ouverte dont le contenu n'est pas figé : un objet touristique peut être abandonné, par lassitude, pour un autre.

II. UN ESPACE DU DÉSIR

[Retour à la table des matières](#)

L'histoire du tourisme peut être décrite comme un long cheminement entre goût et dégoût que nous inspirent des sites. Il existe bien sûr une dimension cognitive à la lecture de l'espace touristique. Tous les guides renferment des renseignements pratiques sur le climat du pays, les distances entre les sites, les transports, les horaires d'ouverture des musées, la valeur de la monnaie, etc. Nous utilisons les indications fournies par les « officiants » du tourisme (syndicats d'initiatives, brochures, cartes, etc.) d'un point de vue pragmatique.

Les frontières du désir

La « lecture » de l'espace touristique, notamment celle concernant les villes, est « réduite » à quelques points d'attraction se dégageant d'un fond neutre et sans attrait (les Champs-Élysées, la Promenade des Anglais, la Canebière, etc.). Tout se passe comme si ces lieux exerçaient une sorte d'aimantation.

La lecture du territoire se produit sur un registre affectif et normatif (plaisir/déplaisir, à voir/à éviter). L'espace touristique est parsemé d'émotions. Bien avant la publicité, la lecture des almanachs suffisait au début du siècle pour déclencher les rêveries du lointain. Inutile de convaincre le client de l'existence de ce paradis : non seulement il y a toujours cru, mais il peut le montrer du doigt sur une carte, selon l'émotion qu'il recherche.

[123]

Inversement, il existe des lieux qui ne font pas rêver. Certaines destinations sont associées à des images négatives tenaces ¹⁵³. Ainsi, il existe aussi bien une idolâtrie de certains sites qu'une aversion certaine pour d'autres. Évidemment, tout cela, comme dans toute affection, peut être réversible. La loi de l'amour-haine fonctionne bien dans le tourisme. Certains ne mettraient jamais le pied sur la plage de Saint-Tropez, d'autres ne pourraient jamais envisager des vacances ailleurs qu'en Italie. Les lieux n'existent que par la charge émotionnelle d'euphorie, de plaisir, de « couleurs », d'inversion par rapport à la vie quotidienne qu'ils promettent ou qu'on leur suppose. L'espace du touriste devient ainsi une métaphore du « Paradis », c'est-à-dire l'exact inverse du quotidien.

On retrouve ici le thème du monde « à l'envers », qui structure le mythe du pays de cocagne, tel qu'en parle Jacques Le Goff (un monde de l'abondance, de l'oisiveté, un monde à l'envers ¹⁵⁴). Le discours touristique ne raconte-t-il pas la même chose ? À chacun son paradis, bien sûr. Dans un même groupe faisant un circuit unique, on peut recenser des impressions sur le même pays diamétralement opposées : à chacun son Brésil, à chacun son pays de cocagne.

Cependant, on peut dégager une structure et un « mouvement » communs d'exotisation. L'espace n'existe que par ce qui le remplit, disait Abraham Moles ¹⁵⁵. Les lieux de vacances sont « remplis » de tous les sentiments que nous y projetons : la fantasmagorie de dépassement, d'euphorie, d'abondance, de peur de l'inconnu, de rupture et de voyage dans le temps, de retour à l'« essentiel », de repos et de joie authentique, bref, d'un âge d'or où tout est souriant, réconfortant et rassurant. A tel point que certains analystes de ce phénomène n'hésitent pas à en parler comme d'une « régression » intrautérine. [124] Edgar Morin juge que vacances et tourisme visent le retour au sein de la nature maternelle d'une part et d'autre part le voyage dans l'au-delà ¹⁵⁶.

¹⁵³ J. Viard, *Penser...*, *op. cit.*, p. 153.

¹⁵⁴ J. Le Goff, *L'imaginaire médiéval*, *op. cit.*, p. 110.

¹⁵⁵ A. Moles, E. Rohmer, *Psychologie de l'espace*, Paris, Casterman, 1977.

¹⁵⁶ E. Morin, *Vivent les vacances*, in *Pour une politique de l'homme*, Paris, Le Seuil, 1965, p. 224-225

(On peut nuancer ce propos en soulignant que le stade prénatal est le lieu de l'indifférenciation et de la symbiose avec la mère ; or en vacances, il existe une sexualité génitale.)

Cependant, on peut aisément constater que des valeurs « maternantes » sont prégnantes dans le tourisme, y compris dans les images des brochures où l'on insiste sur le confort, la sécurité, la présence d'une infirmière - notamment quand il s'agit d'enfants ou de personnes du troisième âge (le « personnage central » des dépliants touristiques est l'hôtel, coquille protectrice face à l'environnement exotique perçu comme quelque peu insécurisant).

Le voyageur recherche un « environnement facilitant » c'est-à-dire un cadre extérieur maternant, « compréhensif » et pardonnant à l'avance tout écart de conduite. De ce point de vue, le reproche qui est fait au touriste de se comporter comme un enfant gâté se justifierait ; mais, comme un enfant dans une cour de récréation, il ne comprend pas les rappels aux règlements, à la Loi (symbolique) qu'on lui adresse : ne lui a-t-on pas laissé entendre qu'en dehors de son pays il est libre de ses comportements ? Il a suffi aux Allemands de photographier quelques pédophiles en action à Manille pour que ce fléau pathologique diminue parmi les touristes germanophones. C'est le rappel de la Loi du Père symbolique.

Une bipolarité constitutive

Le symbole, dans son acception première, sépare et réunit. L'imaginaire touristique procède de même, il jette un « pont » entre l'objet et le sujet touristique, il a une fonction [125] de médiation entre une psyché individuelle et un environnement. L'imaginaire touristique a une fonction de « relance », d'union des opposés.

L'opposition, ou la bipolarité, la plus perceptible dans le tourisme est celle qui s'amorce sur un axe passé/présent ou tradition/modernité. Une autre opposition est aussi définie selon l'axe de la verticalité : le haut et le bas. Dimensions qui ne sont pas seulement physiques, mais qui connotent un découpage symbolique tel que le montrent beaucoup d'anthropologues (Gilbert Durand, parlant des techniques de « rêve éveillé » utilisées en psychologie, signale l'utilisation thérapeutique

des images d'ascension, de conquête verticale pour soigner les dépressions nerveuses ¹⁵⁷.)

N. Graburn dresse une liste exhaustive de couples oppositionnels qui organisent le comportement et l'espace touristiques (sécurité-risque, nature-culture, villégiature ou itinérance, etc.). Le tourisme est perçu comme l'élément faible du continuum authenticité *versus* superficialité, qui recoupe et exprime en fait le continuum Centre/Périphérie, comme on l'a vu auparavant.

Ces couples d'opposés génèrent parfois une ambivalence des sentiments : l'ailleurs, objet du désir touristique, peut se transformer en réceptacle d'une révolte. Aussi, comme le jouet chez l'enfant, l'objet touristique peut-il devenir objet de haine ou d'amour. Il est ce qui permet le voyage du « non-sens » (l'insatisfaction du désir) vers un monde plein de « sens » (omnipotence, absence de conflits internes ou externes, absence de contraintes). En cela, il se rapproche du rôle de la mère, et comme elle, peut être source d'inquiétude extrême ou de joie intense. Le départ, le mouvement, l'immersion dans un milieu inconnu, est synonyme d'inquiétude, mais aussi d'un espoir de retrouvailles avec d'anciennes sensations, de quête de salut et de bienfaits octroyés par les [126] lieux. Toute frustration est mal vécue par l'individu qui détruit alors son objet d'amour (graffitis sur les monuments, etc.).

III. UN ESPACE D'ILLUSION ?

[Retour à la table des matières](#)

Ainsi, le touriste s'impose une suite ininterrompue de cérémonies, une série de visites obligées, en suivant un parcours ritualisé emprunté par des millions de voyageurs ¹⁵⁸.

Le touriste accomplit ainsi un rite, c'est-à-dire « un acte conventionnel exécuté mécaniquement à travers lequel l'individu exprime son respect et sa déférence pour un objet d'une valeur fondamentale » ¹⁵⁹.

¹⁵⁷ G. Durand, *L'imagination symbolique*, Paris, PUF, éd. 1984, p. 120.

¹⁵⁸ J. Gritti, in *Communications*, n° 10, op. cit., p. 51. J.-D. Urbain, *L'idiot du voyage*, op. cit., p. 231.

E. Durkheim divise le rite en deux classes - le rituel positif et le rituel négatif. E. Goffman s'en inspire quand il écrit que : « Le type négatif signifie interdiction, évitement, écart. C'est de cela que nous parlons quand nous considérons les réserves du moi et le droit à la tranquillité. Le rituel positif consiste à rendre hommage de diverses façons par diverses offrandes, ce qui implique que l'offrant se trouve d'une certaine manière à proximité du récipiendaire. La thèse classique est que ces rites positifs affirment et confirment la relation sociale qui unit l'offrant au récipiendaire. Manquer à un rite positif est un affront ; à un rite négatif, une violation. »

Nous avons affaire à un rite positif dans la sacralisation et dans les processions devant les sites touristiques. E. Goffman utilise le terme de « rituel de présentation », comme équivalent [127] de « rite positif », pour désigner certaines interactions entre individus ¹⁶⁰.

Visiter Paris sans se rendre aux lieux « consacrés » par le tourisme n'est pas à proprement parler un « affront », mais un manquement à un devoir tacite. De même, l'intrusion dans ce qui est perçu intuitivement comme un espace intime de l'objet touristique est une forme de violation, le non-respect d'un rite négatif (ex : le non-respect de la distance séparant le touriste du tableau de la Joconde).

Le « bon » touriste serait ainsi celui qui se garde de transgresser certains interdits implicites en respectant un rituel. C'est ce que E. Goffman qualifie de rites d'« évitement » : baisser la voix quand une personne s'installe à la même table qu'un groupe qu'elle ne connaît pas, s'effacer pour laisser passer quelqu'un dans un passage étroit, etc. Dans le cas du tourisme c'est : ne pas chahuter au musée, ne photographier les habitants du lieu que s'ils sont d'accord, bref, manifester des signes de respect de la tranquillité, de l'intimité, de l'intégrité du site et des gens qui y habitent.

¹⁵⁹ E. Goffman, définition citée par D. MacCannell, op. cit., et traduit par J. Atherton, in *Sociétés*, n° 8, op. cit., p. 10.

¹⁶⁰ E. Goffman, *La mise en scène de la vie quotidienne*, t. 2 : *Les relations en public*, Paris, Ed. de Minuit, coll. « Le Sens commun », 1973, 374 p. ; p. 73. et E. Goffman, *Les rites d'interaction*, Paris, Ed. de Minuit, coll. « Le Sens commun », 1974, p. 56.

Fonction des rites

En définitive, il est reproché au touriste de masse de ne pas avoir un comportement suffisamment ritualisé, c'est-à-dire de ne pas pratiquer les rites d'évitement. Le mauvais touriste (pour certains, c'est un pléonasma) est perçu comme un intrus, un individu irrespectueux de l'intimité des choses et des gens. La critique antitouristique, tout en reprochant au touriste de masse d'avoir un comportement répétitif et ritualisé, l'invite pourtant à adopter des rites (les « bons » rites).

[128]

Le « voyageur », à l'opposé de ce touriste de masse, tend à faire sienne la démarche d'évitement. Il veut sortir de la célébration grégairre des lieux touristiques, des sentiers battus, pour rendre hommage à l'unicité et à l'intimité des choses et des êtres. Pour « éviter » quelque chose, il faut préalablement en percevoir les contours et les formes et donc faire preuve d'attention et de discernement. Aussi, le « voyageur » va-t-il s'y atteler, et livres, conférences, etc., vont l'y aider. Il va s'efforcer de fuir toute « répétitivité », ou toute routine, dans son comportement, et de plaider pour un ésotérisme du voyage consistant en une fusion/distanciation avec l'objet touristique. Il prônera une vénération des cultures exotiques qu'il cherchera à connaître de l'« intérieur », comme un ethnologue, mais sans jamais les « violer » ou les forcer « à se livrer » : elles seront approchées grâce à une imprégnation pieuse et respectueuse. Le « voyageur » se défend ainsi d'avoir une mentalité de touriste.

Cependant, son attitude est trans-situationnelle, c'est-à-dire qu'elle s'applique à toute une série de situations qui ne sont pas forcément apparentées. Comme tout rituel, elle est répétitive. Elle est même prévisible et largement diffusée dans la population touristique, notamment parmi les jeunes. C'est un modèle de voyage comme un autre, depuis longtemps entré dans les mœurs du tourisme. Le voyage « hors des sentiers battus » est même devenu un excellent produit commercial, de plus en plus présent dans les brochures de tout bon voyageur.

Ces pionniers ne font jamais, à moyen terme, que créer un espace rituel potentiel, progressivement intégré à la structure stable du tourisme ordinaire, qui le normalisera.

Ainsi ce tourisme différent n'est qu'une transgression provisoire du code : une dissidence toujours éphémère. Le tourisme « original » devenant assez répandu, ses lieux largement connus deviennent objet de « rites positifs ». On observe ici un passage d'un aspect du rite à un autre. Ces deux formes de tourisme, que j'appellerais de « déférence » et [129] d'« évitement », participent d'un même principe de ritualisation.

Ajoutons également que les rites ont une fonction d'intégration ou d'exclusion des individus. En respectant un rituel minimal, y compris parfois vestimentaire, on peut espérer faire partie des « élus » du voyage.

La « découverte », ce mot magique, traverse ces comportements et leur donne sens : être le « premier » à fouler un territoire « vierge » (il y en a de moins en moins évidemment). Tout un imaginaire de conquête quasi amoureuse d'une terre vierge affleure ainsi. La publicité l'amplifie d'ailleurs : « La Grèce est à vous », etc. Le touriste « anti-touristique » et le touriste de masse partagent, à des degrés divers, cette inclination, seules différent leurs techniques de séduction. Amoureux maladroit et peu exigeant, le touriste de masse se contente de l'image « officielle » du pays contenue dans les brochures contrairement au touriste-voyageur qui, lui, va aller à la rencontre du « vrai » pays. Tandis que l'un survole l'espace touristique, le deuxième s'y enfuit à la recherche du sens caché des choses, désireux de connaître le « secret » des lieux. Une démarche qui s'inspire de l'ethnologie, d'où quelques frictions avec les spécialistes de cette matière qui entendent surtout se démarquer des « illuminés » de l'exotisme que sont, à leurs yeux, les « voyageurs ».

Ces derniers entament une recherche de sensations « vraies » comme l'immersion dans les bas-fonds des villes visitées (vécue comme une initiation labyrinthique moderne), la recherche de lieux « vierges », le tourisme « ethnique », les *trekkings* dans la jungle, le séjour prolongé dans un village de pêcheurs, l'apprentissage de la langue locale ou la connaissance des us et coutumes. Une « cour » amoureuse, lente et persévérante, s'engage pour comprendre l'intimité d'un

pays. Dans le cas du tourisme de masse, la croyance est que la « vérité » est à la surface des choses (et des plages !). L'opposition de ces deux catégories de perception de l'espace va donner lieu à une querelle sans fin quant à la ferveur et la [130] piété réelle des uns et des autres et quant à leur stricte observance des rituels, bref, un débat « théologique » frisant l'inquisition ¹⁶¹. Au voyage « savant », initié déjà par les naturalistes des siècles précédents, qui pose l'espace de loisirs comme un lieu à appréhender par la raison - un lieu de connaissance scientifique et de contemplation conforme à un code esthétique d'origine aristocratique - va s'opposer ainsi le voyage de masse caractérisé par une sacralisation différentielle des sites et des espaces, et où la dimension rationnelle cède le pas à l'aspect communiel, populaire et dionysiaque.

On constate que l'espace touristique est magiquement mis « hors du monde ». Revenons à l'exemple de la Tunisie : les touristes affirment s'y rendre d'abord pour l'environnement ; la société actuelle ne constitue une attraction que pour un nombre limité d'entre eux (10%). Ces résultats confirment ceux d'une autre étude menée dix ans auparavant par un autre chercheur ¹⁶². Lorsque l'on demandait aux touristes s'ils s'intéressaient au pays, ils répondaient : « Oui, mais il ne faut pas que les vacances en soient dérangées. » ¹⁶³ D'ailleurs, constataient les auteurs de l'étude, ces visiteurs auraient très bien pu aller dans un autre pays, tant ils étaient indifférents à leur environnement humain. Ce tourisme donne naissance à des « enclaves » vacancières dans le pays, des « bulles touristiques », que certains auteurs n'hésitent pas à appeler des « institutions totalitaires » (E. Goffman). Quel que soit le pays visité, ces « bulles » touristiques se constituent spontanément comme des « zones franches » établies dans le pays visité, une sorte d'annexe du pays de provenance [131] du touriste ¹⁶⁴. Que ce

¹⁶¹ R. Amirou, Portrait de badauds..., in *Sociétés*, n° 8, *op. cit.*, et Le tourisme comme objet transitionnel, in *Espaces et sociétés*, n° 76, L'Harmattan, 1994.

¹⁶² Groupe Huit, Les effets socioculturels du tourisme en Tunisie : monographie de Sousse, in Emanuel De Kadt, *Le tourisme, passeport pour le développement ?*, Paris, Ed. Economica, 1980, p. 281-299.

¹⁶³ L. Nettekoven, Les mécanismes des échanges culturels réciproques, in E. De Kadt, *ibid*, *op. cit.*, p. 135-145.

¹⁶⁴ U. Wagner, Out of Time and Place - Mass Tourism and Charter Trips, in revue *Ethnos*, Stockholm, 1977, 1-2, p. 39-52.

soit un tourisme itinérant ou de résidence ¹⁶⁵, on voit cette configuration symbolique s'exprimer directement dans l'aménagement de l'espace touristique.

Cela étant, les vacances peuvent également être vécues selon un certain mode de contestation (un rite de rébellion). Celle-ci va porter sur les rituels touristiques « élitistes », que le touriste va essayer de transgresser en critiquant, de l'intérieur, le cérémonial de déférence pour les sites et les gens visités. C'est le touriste qui ne respecte rien, ni personne. Il va privilégier l'aspect festif, physique et hédonistique des vacances, par opposition aux allures scolaires, ennuyeuses et austères qu'il attribue au tourisme culturel ou ethnologique. En revanche, le touriste « antitouriste », le routard, le voyageur, etc., va fuir comme la peste la masse des vacanciers. En fait, en rejetant le rituel touristique de « masse », il agit de la même manière que ceux qu'il abhorre, il conteste un rite et tente d'en imposer un autre.

Une autre forme de tourisme initiée par la Beat Generation (Kerouac, Ginsberg, Burroughs et leur « gourou », Timothy Leary) va promouvoir un rite de rébellion par rapport au tourisme de masse, et un rite d'évitement par rapport aux sites et aux cultures visités ¹⁶⁶. Ce rite d'évitement est ambivalent. On choisit d'abord de ne pas accomplir de cérémonie de déférence à la « personne » touristique d'un pays (sites et circuits classiques), mais plutôt à sa « personne » réelle, sa culture, ses habitants, etc., respectant ainsi son « Intimité ». Celle-ci va devenir « sacrée », mise sur un piédestal, célébrée, idéalisée, elle sera l'objet secret des convoitises de ces « aventuriers » modernes. Toute une stratégie de séduction pour se familiariser avec l'« âme » du pays va s'élaborer alors.

[132]

Par une forme d'errance romantique, « autoroutière » et stylisée - voir le film de Wim Wenders *Paris-Texas* - tout un rituel de la déperdition de soi et de ses repères est promu au rang de clef symbolique pour accéder au saint des saints, pour arriver à l'autel de l'« authenticité », du sens, et pour retrouver une unité originelle entre

¹⁶⁵ E. De Kadt, *ibid.*, p. 52.

¹⁶⁶ J. N. Vuarnet, Les bergers fous de la rébellion : figures et aspects de la « Beat Generation », in *Revue d'esthétique*, Paris, Union générale d'éditions, coll. « 10-18 », 1975, 3/4, p. 164-183.

soi, l'espace et les autres. L'autoroute devient ainsi un espace initiatique. (Le roman de V. Nabokov, *Lolita*, illustre cet imaginaire de la perte de soi comme étape nécessaire à l'initiation d'un immigrant Européen (V. Nabokov) à la jeune culture américaine. Voir également *Thé au Sahara*, de P. Bowles - sans oublier l'extraordinaire impact que continue de produire dans l'imaginaire exotique les *Fleurs du mal*.)

Il faut souligner ici l'importance de *l'écrit* dans le voyage (journaux intimes, cartes postales, lettres, mémoires, récits de voyage) opposé au « vide » caractérisant le tourisme de masse. Les mots sont là pour remplir le vide, la « vacance », dans une forme d'exorcisme de l'angoisse de la... plage blanche où triomphe le corps. L'esthète des mots veut injecter de l'esprit là où le corps est roi. La culture « élitiste » a également horreur du vide... et de la vacance ! L'écrit vient remplir ici une fonction d'atténuation du choc de l'étrangeté, de l'altérité et de la séparation d'avec la culture d'origine.

Le touriste de cette catégorie (idéal-typique) redouble de signes de « dévotion », s'il ne défile pas devant les sites et monuments divers, il s'adonne à un rituel de lecture et d'écriture (une « culture » touristique façonnée par l'écrit cohabite ainsi avec une autre forme de culture, plutôt orale, marquée par le culte du corps et des sens). Le journal de voyage raconte généralement une transformation, les « progrès » spirituels et esthétiques accomplis lors du périple. Le fait qu'il soit l'œuvre d'un individu isolé n'empêche pas de parler de démarche initiatique collective ¹⁶⁷. De plus, la relation à l'écrit [133] (lecture ou écriture) est suffisamment répandue parmi les touristes pour ne pas présenter un caractère collectif.

Ces comportements ritualisés peuvent s'expliquer de diverses manières. On peut, par exemple, les analyser comme un processus de dénégation de l'Histoire (les relations Nord/Sud). L'observation des comportements intrasociétaux, du tourisme dit « domestique », ou du tourisme entre pays riches - le plus répandu -, indique que ces facteurs explicatifs sont d'une pertinence partielle ¹⁶⁸.

¹⁶⁷ J. Pitt-Rivers, in *Les rites de passage aujourd'hui*, P. Centlivres et J. Hainard (dir.), Lausanne, L'Age d'Homme, 1986, p. 115.

¹⁶⁸ E. De Kadt, *ibid.*, p. 63.

Le touriste vit l'espace de vacances comme un espace ludique, hors du temps et de l'espace géographique concret. Le rituel touristique apparaît ainsi comme opération symbolique visant une « maîtrise du temps » par la sacralisation de l'espace - fonction classique du rite ¹⁶⁹. À partir de ce moment, l'expérience du temps que fait l'individu est soumise à des facteurs idiosyncratiques d'une part, et culturels, d'autre part ¹⁷⁰.

La quête touristique

L'expérience du temps et de l'espace passe par des « filtres » culturels. L'appréhension, de l'étrange, de l'inconnu, le mécanisme qui conduit du principe de plaisir au principe de réalité ne peuvent émerger sans une « mère suffisamment bonne », qui n'est pas forcément la propre mère de l'enfant, mais celle qui s'adapte activement aux besoins de l'enfant, écrit D. Winnicott. Les voyageurs remplissent souvent ce rôle. L'univers du tourisme, surtout organisé, ne suggère-t-il pas en effet un monde proche de cet imaginaire de « protection », de « maternage » ?

[134]

« Le vacancier se promène en ce monde comme dans un Eden reconstitué ; il peut nommer et obtenir toute chose, découper l'espace à sa guise. On riait jadis du providentialisme de Bernardin de Saint-Pierre : le melon a été créé et dessiné pour être découpé par l'homme. Il se trouve que le Club Med providentiel découpant l'espace a recueilli l'héritage de Bernardin. » ¹⁷¹ Tout cela ne rappelle-t-il pas le fan-

¹⁶⁹ A. Sabbadini, *Il tempo in psicoanalisi*, Milan, Feltrinelli, 1979, citée in E. Campi, « Rite et maîtrise du temps », in *Les rites de passage aujourd'hui*, op. cit., p. 131-135.

¹⁷⁰ E. Campi, *ibid.*, p. 132. Voir aussi, M. Merleau-Ponty, *Phénoménologie de la perception*, Paris, Gallimard, 1945, M. de Certeau, *L'invention du quotidien*, t. 1, Paris, Gallimard, 1990, et M. Halbwachs, *La topographie légendaire des Évangiles en Terre sainte*, Paris, PUF, 1971 (1941).

¹⁷¹ J. Gritti, *Réflexions sur les vacances modernes*, in *Informations catholiques internationales*, août 1971, repris in *Paysages*, Paris, CCI-Centre Beau-bourg, op. cit., p. 48.

tasme d'omnipotence que vit l'enfant (et dont vivent les professionnels du tourisme) ?

La plage, depuis longtemps pratiquée et appropriée par le vacancier sous le mode de la passivité, devient un espace d'action et d'activité en s'étendant sur la côte, laquelle se transforme ainsi en une grande aire de jeux ; la montagne subit un « traitement » inverse. Les brochures touristiques atténuent le danger et insistent sur l'altitude modérée, la « douceur » et la « sérénité alpestre », le programme d'escalade « ne demande aucune spécialisation », précise-t-on. Ainsi : « La fonction des espaces terrien et aérien grâce à la montagne a des vertus tranquillissantes » ¹⁷² dans les brochures. Celles-ci usent d'une référence « scientifique », la « géo-psychologie », pour justifier la lecture adoucissante de l'espace. On retrouve en fait ici le vieux thème de la thérapie par l'espace, l'air des cimes, etc., mais dans sa version « douce » et expurgé de la dimension morale d'effort et d'héroïsme.

On observe ainsi à une « harmonisation tranquillissante » de tous les éléments contraires : le proche et le lointain, le bas et le haut, la terre et la mer, le séjour et l'expédition. Analysant également les voyages en Afrique, J. Gritti note un glissement thématique de l'harmonisation de l'espace vers une forme relativement plus contrastée quant au traitement de l'exotique. Les publicités (Jet-Tours 80, Africa-tours) insistent sur le « confort » (l'air conditionné, les salles de bain, etc.), données [135] qui vont rassurer et préparer le voyageur à une virée dans l'Afrique « profonde », vers « le primitif et l'inconnu ».

On assiste ainsi, que ce soit dans le cas de l'Afrique ou dans celui de la montagne ou de la campagne, à une domestication ritualisée de ce qui est posé (ou inventé au besoin) comme « étrange », « ailleurs », « insolite » et « pittoresque », etc. ¹⁷³. Il s'agit d'une mise en scène et d'un cérémonial d'apprivoisement du non-familier.

Cette idée d'harmonisation des « contraires » rappelle celle de « coïncidence des opposés » dont parle Nicolas de Cuse et qui serait le « lieu de condensation et de coexistence des forces opposées, le lieu de l'énergie la plus concentrée » ¹⁷⁴.

¹⁷² *Ibid*, p. 49.

¹⁷³ M. Marié, J. Viard, *La campagne inventée*, Actes Sud, 1977.

¹⁷⁴ J. Chevalier, A. Gheerbrant, *op. cit.*, p. 189.

L'image de cette union des contraires, dans l'univers de la symbolique, c'est le Centre - autrement dit le sacré (or, il faudrait bien admettre qu'un « homme qui vit chez lui, dans son clan, vit dans le profane ; il vit dans le sacré dès qu'il part en voyage »¹⁷⁵. Les invitations au voyage - la publicité, les livres, les photos, etc. - trouvent un écho en nous parce qu'elles sont, en fait, un récit narrant un parcours symbolique du « profane » vers le « sacré », du monde intérieur et illusoire vers le « réel » (les vacances jouent grandement sur ce fantasme de « nouvelle naissance », à soi et au monde¹⁷⁶) et de la périphérie vers le Centre.

E. Schils soutient que toute société a un « centre » qui est en fait constitué par ses valeurs dominantes¹⁷⁷. S.N. Eisenstadt distingue plusieurs centres dans une société : religieux, sociaux, culturels, politiques, etc.¹⁷⁸. V. Turner, quant à lui, [136] parle de *Center Out There* comme d'un « Centre » situé à la « Périphérie », c'est-à-dire combinant les propriétés de chacun des termes de cette opposition. Ce « Centre-périphérie » exprime une dimension de rupture - le touriste est dans le non-familier -, et une autre de « ressourcement » à des valeurs qu'une société peut avoir tendance à réprimer¹⁷⁹.

C'est dans ce sens là que le tourisme est une quête symbolique de « Centre ». Ce « Centre » décrit un sentiment de parfait « accord » et de parfaite « harmonie » avec le monde extérieur, un état d'adaptation psychosociologique maximale entre soi et l'environnement, au sens large, un état caractérisé par une coupure spatiotemporelle. Une fois « dehors », l'individu s'empresse de retrouver le sentiment de fusion avec l'extérieur qu'il a connu dans son enfance et dans sa société. Ain-

¹⁷⁵ A. Van Gennep, *Les rites de passage*, op. cit., p. 16.

¹⁷⁶ M. Eliade, *Traité d'histoire des religions*, chap. 10, p. 310-325 ; et aussi P. Diel, *Le symbolisme dans la Bible*, Paris, Payot, 1989, p. 114.

¹⁷⁷ E. Schils (dir.), *Center and Periphery in Center and Periphery : Essays in Macrosociology*, Chicago, Ed. University of Chicago Press, 1975, p. 3-16.

¹⁷⁸ S. N. Eisenstadt, *Transformation of Social, Political and Cultural Orders in Modernisation*, in Eisenstadt (dir.), *Comparative Perspectives on Social Change*, Boston, Ed. Little, Brown & Co., 1968, p. 256-279.

¹⁷⁹ E. Cohen, *A phenomenology of tourist experiences*, in *Sociology*, n° 13, 1979, p. 179-201 ; E. Cohen, *Traditions in the Qualitative Sociology of Tourism*, op. cit., p. 43.

si, parcourir des kilomètres, par plaisir, revient souvent à voyager vers le temps béni de l'enfance - c'est en cela que l'espace du touriste est proche de l'espace transitionnel.

[137]

**Imaginaire touristique
et sociabilités du voyage.**

Troisième partie Tourisme et pèlerinage

[Retour à la table des matières](#)

[138]

[139]

**Imaginaire touristique
et sociabilités du voyage.**

**Troisième partie.
Tourisme et pèlerinage**

Chapitre VI

Sérieux du pèlerinage et frivolité du tourisme ?

[Retour à la table des matières](#)

Un pèlerinage moderne au Sri Lanka va nous servir d'illustration pour montrer d'une part l'imbrication et l'homologie de structures entre le pèlerinage et le tourisme, et d'autre part, l'impossibilité de parler du « sérieux » du pèlerinage, comparé à une frivolité supposée du tourisme (décrits ici en termes d'idéaux-types) ¹⁸⁰. Les modèles du pèlerin et du voyageur seront analysés afin de souligner qu'ils sont, en définitive, assez peu connus.

¹⁸⁰ B. Pfaffenberger, Serious pilgrims and frivolous tourists. The chimera of tourism in the Pilgrimages of Sri Lanka, in *Annals of tourism research*, vol. 10, 1983, p. 57-74.

I. TRADITION FESTIVE DU PÈLERINAGE

[Retour à la table des matières](#)

À l'aide d'un travail de Bryan Pfaffenberger portant sur trois pèlerinages au Sri Lanka - l'auteur a travaillé sur le comportement des gens sur trois sites : Kataragama, Tiruketisvaram et Sri Pada -, on peut souligner quelques aspects inattendus des voyages religieux.

[140]

Un pèlerinage au Sri Lanka

Le visiteur assistant au Sri Lanka à des manifestations religieuses - le pèlerinage à Kataragama dans notre exemple - pourrait penser que la foi et la piété tendent à décliner dans ce pays. Dans ce lieu de dévotion, on est surpris par l'allure désinvolte de jeunes bouddhistes qui peut choquer les visiteurs non avertis (c'est aussi un sanctuaire saint pour les hindouïstes). La fête et une certaine « débauche » sont présentes ; la sympathie manifestée envers le sexe opposé s'exprime franchement et des danses très suggestives sont effectuées sous l'œil du badaud. Le *walkman* rivalise avec les dernières trouvailles vestimentaires occidentales. On pourrait, a priori, qualifier ce phénomène de dégénérescence d'une pratique traditionnelle, qui se serait transmuée en recherche de plaisir et en divertissement sous des prétextes religieux. Au demeurant, cette situation caractérise aussi, à des degrés divers, d'autres pèlerinages tels que celui de Lourdes. (La Réforme a longtemps dénoncé ces pratiques dans lesquelles elle voyait des reliquats de paganisme ¹⁸¹).

Les journalistes sri-lankais dénoncent eux aussi ces comportements qu'ils considèrent comme une dégradation et une déliquescence manifestes de la foi. Ils s'offusquent, reprenant à leur compte la connotation de frivolité évoquée par le terme de tourisme, et attribuent cette « déviance » au développement effréné du tourisme de masse dans

¹⁸¹ J. Chelini, H. Branthomme, *Les chemins de Dieu, op. cit.*, p. 151.

leur pays. (L'auteur cite d'ailleurs quelques extraits de la presse locale où cette dénonciation est manifeste.)

Le même processus de sécularisation ou, si l'on préfère, de « perversion touristique » se produit au pèlerinage célèbre du pic d'Adam (appelé Sri Pada), toujours au Sri Lanka, où, musulmans, hindouistes, chrétiens et bouddhistes communient [141] dans la même ferveur. On y entend davantage de musique anglo-saxonne que de chants religieux, à la grande déception des puristes. Un troisième lieu de dévotion, nommé Tiruketisvaram, et tombé en ruines pendant des années, a été rénové en 1948 par une caste hindouiste, aisée et puissante. Ce site présente la même évolution du sérieux vers le frivole, les visiteurs paraissant plus motivés par le tourisme jouissif que par une réelle quête spirituelle. On pourrait y déceler, tout en déplorant une telle évolution, une situation que l'on qualifierait d'acculturation, c'est-à-dire de perversion des traditions religieuses par un tourisme inspiré du modèle occidental.

Cependant, en changeant d'angle d'approche, on peut, à juste titre, inscrire ces faits dans une dynamique interne à la tradition du pèlerinage au Sri Lanka.

Ces comportements, répréhensibles à première vue, prennent une toute autre signification dès qu'on les appréhende selon une perspective historique. En effet, les traditions de pèlerinage montrent, entre autres faits, qu'au-delà des innovations comportementales observées (walkman, jeans et apparence occidentale) les jeunes Sri Lankais de confession bouddhiste ont repris à leur compte un style de pèlerinage hindouiste assez ancien, qu'ils actualisent et s'approprient à leur façon.

Les transformations des pratiques religieuses sont, en réalité, intrinsèques à la culture sri lankaise. Plus important, elles s'expliquent par l'évolution interne des pratiques de dévotion et non par des causes extérieures. L'habitude des pèlerinages communs accomplis en des lieux vénérés par les deux communautés a aidé ce transfert et cette diffusion des attitudes religieuses d'un groupe à l'autre.

Le style de pèlerinage hindouiste, emprunté ainsi par les bouddhistes, est adressé à Murukan, dieu hindouiste, fils de Shiva, un dieu bien accommodant comme nous allons le voir. Ce dieu a la particularité de n'exiger de ses adeptes qu'une dévotion infaillible, les comportements profanes de ses [142] adeptes, en termes de bien ou de mal, lui impor-

tant peu. Il est perçu comme un père inconditionnellement aimant et prêt à tout pour ses enfants, quels que soient leurs mérites, pour peu qu'ils sentent en eux une foi sincère à son égard. Cette divinité assure de sa grâce toute personne, quels que soient sa caste, son sexe ou son origine, ou ses faits et méfaits, contredisant ainsi le système des castes hindouistes. Les jeunes Sri Lankais bouddhistes furent attirés par ce dieu aux qualités a-morales. Il est perçu comme violent, brutal, n'ayant aucun scrupule, rusé, et n'hésitant pas à se battre pour le bien dans ce monde impur de la modernité. Bref, il apparaît comme un allié sûr pour ces jeunes plongés dans l'incertitude de la vie moderne (chômage, absence de perspectives d'avenir, corruption et passe-droits divers - bref, le quotidien d'un pays du Tiers Monde). Appelé Skanda par les bouddhistes ou Makaruna par les hindouistes, ce dieu incarne la modernité dans l'esprit des jeunes Sri Lankais qui voient en lui un recours, et une divinité fidèle qui les suit dans leurs pérégrinations au sein du monde actuel. Plus qu'un phénomène d'acculturation ou un rejet des traditions, que le tourisme provoquerait, ce pèlerinage donne l'exemple d'une continuité et d'une capacité d'intégration et de réinterprétation de la tradition en termes modernes (on retrouve, en fait, les observations de Georges Balandier sur les interactions entre la modernité et la tradition, plus précisément, sur la réinterprétation de la première par la seconde ¹⁸²).

Il serait utile de mettre en évidence le modèle sous-jacent qui oriente ces manifestations orgiastiques. Le pèlerinage sri lankais fait à Tiruketisvaram va illustrer ce propos. Une enquête effectuée par l'anthropologue américain B. Pfaffenberger, auprès de 171 familles s'étant rendues sur ce lieu, révèle que peu d'interrogés avancent des objectifs pieux et que peu se vivent réellement comme pèlerins. À la [143] question portant sur le but de leur visite, 3% déclarent venir là pour formuler un vœu, alors que 18% d'entre eux affirment simplement être là pour « voir cet endroit » ¹⁸³. Je ne reprendrai pas ici tous les résultats de l'enquête, constatons seulement que ces manifestations, censées être religieuses, offrent toutes les caractéristiques d'une simple visite culturelle d'un sanctuaire.

¹⁸² G. Balandier, *Anthro-pologiques*, Paris, PUF, 1974.

¹⁸³ B. Pfaffenberger, *ibid, op. cit*, p. 65.

Aussi bien dans les propos que dans les comportements, nul ne peut déceler, à première vue, une motivation « pieuse ». Les Tamouls interrogés qualifient leur déplacement de *cumma*, un terme local désignant un phénomène assimilable au tourisme. Ce mot renvoie à un voyage accompli sans aucune aspiration ou attente précises, ni buts explicites, sans attouchements ou rites quelconques établissant un lien corporel avec la divinité (ici Shiva), et sans aucune obligation rituelle. Cela correspond au cas de 18% des personnes interrogées.

Une observation plus fine suggère néanmoins une autre explication. Les visites à ce sanctuaire se font pendant une sorte de festival dédié à Shiva et appelé *Sivarattiri* (la nuit de Shiva), une nuit où, selon la mythologie hindouiste, toute personne qui reste éveillée jusqu'à l'aube reçoit la grâce de Shiva. Comme le dit la tradition, on peut faire n'importe quoi : « Tant que vous restez éveillé jusqu'au matin, vous gagnez la bénédiction de Shiva. » A Jaffna, la capitale culturelle des Tamouls hindouistes du Sri Lanka, cette nuit devient l'occasion de beuveries interminables, d'orgies diverses et de fêtes effrénées. Cependant, à la fin du XIXe siècle, après une réforme religieuse, cet aspect dionysiaque a été gommé. On observe aujourd'hui des comportements sobres et détachés ; les visiteurs de *Tiruketisvaram* semblent avoir proscrit ces excès pendant leur séjour dans ce lieu.

[144]

Origine de la frivolité

Ainsi, une meilleure connaissance des traditions du voyage propres aux Tamouls nous indique que cette évolution est à relier à un modèle ancien de pèlerinage. Il existe en effet deux modes de déplacement à caractère religieux dans cette communauté, qui sont l'apanage de deux castes distinctes : les agriculteurs et les marchands.

Brièvement, on peut décrire le premier mode comme « dionysiaque », dans le sens où la religiosité exprimée par la caste des agriculteurs en pèlerinage est caractérisée par son aspect festif, communautaire et exubérant. Les agriculteurs favorisent la communion entre les dieux et les hommes, ils viennent avec leur famille et les castes qui les servent sur le lieu de dévotion en des processions joyeuses et débon-

naires. Ce comportement collectif s'oppose au modèle « apollinien » de procession des artisans et marchands. En effet, ces derniers se signalent par des processions calmes, dignes, par beaucoup de sobriété dans l'extériorisation de leur foi, par une interprétation stricte du rituel, excluant les danses, trances ou signes extatiques, ainsi que par une haute idée du salut personnel. On qualifiera ce mode d' « apollinien ».

Les Tamouls accomplissent le voyage jusqu'à ce sanctuaire suivant le modèle appolinien, laissant le modèle dionysiaque aux autres castes socialement dominées. Ils agissent exactement de la même façon que les jeunes bouddhistes qui se rendent à Kataragama, comme on l'a vu dans le premier cas. Ils adaptent, réactualisent ou empruntent des modèles déjà existants dans leur tradition des voyages religieux, en fonction de leur situation sociétale ou culturelle. Les Tamouls n'ont pas abandonné une tradition de pèlerinage, mais ils ont décidé d'en accentuer une des modalités.

Aussi, tout cela nous incite-t-il à relativiser les typologies proposées par certains auteurs, à l'instar d'Erik Cohen, pour [145] distinguer le tourisme « sérieux » d'un tourisme inconsistant et superficiel.

Il existe une interférence subtile entre « centre » et « périphérie » que la seule analyse des comportements manifestes ne peut rendre totalement. Contrairement à ce qu'affirme E. Cohen, il n'existe pas une dimension d'obligation, ni des indicateurs de « sérieux » ou de « frivolité » comme critères de démarcation entre tourisme et pèlerinage. Rappelons que le pèlerinage musulman est prescrit à toute personne, à condition qu'elle ne laisse pas dans l'embarras moral ou matériel son entourage. Il est conseillé de le faire une fois dans sa vie, à n'importe quel âge, si on estime correspondre aux critères spécifiés par le Coran. On peut citer aussi les pèlerinages par procuration qui se faisaient au Moyen Age. L'aspect obligatoire des pèlerinages est donc à nuancer.

Cet « Autre », symbolisé ici par ce sanctuaire de Kataragama, se trouve en pleine jungle. Les historiens des religions, et les anthropologues travaillant au Sri Lanka, montrent bien tout l'imaginaire d'effroi lié à la forêt dans la culture locale. Cela est vérifiable dans toutes les mythologies sri lankaises. Dans le cas de ce pèlerinage, la « périphérie » (géographique et symbolique) est, en fait, synonyme de « Cen-

tre » (symbolique). On voit que le pèlerinage est aussi diversifié que le tourisme.

L'exemple des pèlerinages au Sri Lanka pousse plutôt à penser qu'il existe autant de modes de pèlerinages que de modes de comportements touristiques. Aussi me paraît-il plus adapté de comparer deux idéaux types, deux types abstraits de voyage, plutôt que de se perdre dans une description méticuleuse et moyennement utile des différentes formes réelles des déplacements humains, selon les cultures et les situations historiques particulières. Max Weber a ouvert la voie dans cette direction. En relisant ce pionnier de la sociologie, notamment les pages où il définit le « type » de l'entrepreneur capitaliste, on s'aperçoit qu'il va puiser directement, dans l'univers mental de cette catégorie théorique (le capitaliste), [146] ce qui donne sens à un comportement d'accumulation de richesses. Il aurait pu, à l'instar de ce que dit E. Cohen sur les touristes, dissenter sur les différents types d'entrepreneurs selon les pays, les religions, les époques, le genre d'industrie ou de commerce, etc., mais il ne l'a pas fait.

Idem pour la définition des protestants, il aurait pu varier à plaisir les critères de classification : la relation à l'argent, à la vocation, à la réussite temporelle, etc., selon les sectes, l'histoire des pays, etc., afin de dresser des typologies fines. Estimant cela inutile, il a procédé autrement : c'est en repérant un élément commun - l'idée de « vocation » (de « Beruf », équivalent laïc du Salut religieux) - qu'il arrive à montrer une structuration commune des univers mentaux du capitaliste et du protestant. Sa thèse est parfois contestée (ce qui, au demeurant, souligne sa validité scientifique, car elle est « falsifiable », au sens de K Popper), mais elle constitue néanmoins un travail considérable et un chef-d'œuvre en la matière. Le malaise que suscite la relation à l'argent dans les sociétés à dominante catholique est un bon indicateur, *a contrario*, de la justesse de la théorie de M. Weber. Par analogie, la dénonciation « moraliste » du tourisme me semble exprimer également un malaise bien antérieur à l'évolution actuelle de ce phénomène. Accabler les seuls touristes actuels de tous les maux dont souffre le tourisme international reviendrait à faire la part trop belle au voyageur mythique d'antan.

Il faut aussi signaler, pour revenir à E. Cohen, l'existence d'un *apriori* moral concernant les notions de « sérieux », d'« authentique », opposées à celle de frivolité, de superficialité, qu'il propose. Le « sé-

rieux » serait ainsi synonyme de maîtrise de tout excès chez D. Boorstin, E. Cohen, H. Enzensberger ; relevons seulement que l'excès est pourtant la manifestation du « sérieux » dans maintes religions, et pas uniquement chez les mystiques ou dans le *potlatch*. La typologie que propose E. Cohen renferme, implicitement, des jugements de valeurs dont l'universalité prête à discussion.

[147]

II. « SÉRIEUX » DU VOYAGEUR ?

[Retour à la table des matières](#)

Il faudrait aussi s'attaquer à un mythe tenace, celui du Voyageur. Quel est donc ce modèle qu'on oppose au touriste, chaque fois qu'il ose se présenter sur les lieux « sacrés » du voyage ?

On nous a longtemps vanté l'art du voyage chez Chateaubriand, et plus généralement chez les Romantiques, pour ne pas aller voir de près en quoi ceux-ci diffèrent, dans leurs manières de voyager, du touriste moderne.

F.-R. de Chateaubriand

François-René de Chateaubriand a fortement influencé la pratique du voyage romantique, il en est pour ainsi dire l'« inventeur ». Ce type de voyage a été quelque peu encensé, idéalisé et porté aux nues, me semble-t-il, par les critiques modernes du tourisme sans que cela corresponde à une réalité historique.

Comme le note sans ambages Tzvetan Todorov ¹⁸⁴, en référence aux *Mémoires d'outre-tombe*, « Chateaubriand a inventé un personnage : à la place de l'ancien voyageur apparaît dans son livre le touriste moderne ». Le voyageur avait un préjugé favorable pour les peuples des contrées lointaines, et il cherchait à les décrire à ses compatriotes.

¹⁸⁴ T. Todorov, *Nous et Les autres. La réflexion française sur la diversité humaine*, Paris, Seuil, 1989, p. 337.

Mais, note Chateaubriand, « Les années entières sont trop courtes pour étudier les mœurs des hommes. » ¹⁸⁵ Or l'homme moderne est pressé. [148] « Le touriste fera donc un autre choix : les choses, et non plus les êtres humains, seront son objet de prédilection : paysages, monuments, ruines qui "méritent un détour" ou "valent le voyage". » ¹⁸⁶ Si par malheur des êtres humains se présentent à lui, il va s'empresse de les fuir : « Naturellement un peu sauvage, ce n'est pas ce qu'on appelle la société que j'étais venu chercher en Orient : il me tardait de voir des chameaux, et d'entendre le cri du cornac. » ¹⁸⁷ Comme le fait remarquer ironiquement T. Todorov, quel touriste hésiterait à abandonner les personnes pour aller voir des chameaux ! (Inutile d'insister sur les philippiques racistes envers les Turcs et les Grecs qu'on trouve sous la plume de Chateaubriand.)

À un Turc qui lui demandait pourquoi il voyageait, puisqu'il n'était ni marchand ni médecin, il répondit : « Je voyageais pour voir les peuples, et surtout les Grecs qui étaient morts. » Cela fit rire son interlocuteur, celui-ci lui conseilla plutôt de s'intéresser aux vivants et d'apprendre la langue turque. Ces conseils contrarièrent notre grand voyageur. « Je trouvai pour lui une meilleure raison à mes voyages, en disant que j'étais un pèlerin de Jérusalem (...) Ce Turc ne pouvait comprendre que je quittasse ma patrie par un simple motif de curiosité. » ¹⁸⁸ Ce qu'en fait ce Turc ne pouvait comprendre - et il n'est peut-être pas le seul dans ce cas -, c'est que l'on s'intéresse davantage aux objets et aux chameaux qu'aux êtres humains.

L'intérêt de ce voyageur porte en priorité sur le passé, l'histoire, les civilisations mortes ; si le présent affleure au fil de cet itinéraire il faut vite l'en chasser. « Avant de parler de Carthage, qui est ici le seul objet intéressant, il faut commencer par nous débarrasser de Tunis » (Itinéraire..., p. 400).

Préférer les morts aux vivants et les objets aux sujets : voilà le double héritage légué par Chateaubriand aux touristes [149] moder-

¹⁸⁵ F.-R. de Chateaubriand, *Mémoires d'outre-tombe* (1850), Paris, ministère de l'Éducation nationale, 2 vol., 1972, p. 41.

¹⁸⁶ T. Todorov, *ibid.*, *op. cit.*, p. 337.

¹⁸⁷ F. de Chateaubriand, *Mémoires...*, *op. cit.*, p. 189.

¹⁸⁸ F.-R. de Chateaubriand, *Itinéraire de Paris à Jérusalem* (1811), Paris, Garnier-Flammarion, 1968, p. 87.

nes. Les autres ne sont pas seulement distincts et différents, ils sont devenus superflus. Le touriste peut s'autosuffire. Après tout, pour le poète, « l'homme n'a pas besoin de voyager pour s'agrandir ; il porte avec lui l'immensité » (*Mémoires d'outre-tombe*, t. 2, p. 966).

Ainsi s'annonce un voyage « égocentré », où ce qui importe est avant tout l'impression que ressent le sujet face à l'objet touristique, le pays lui-même n'étant qu'un cadre certes inévitable mais accessoire. Pierre Loti écrit, dans la dédicace de son livre *Madame Chrysanthème*, que ses principaux personnages sont : « Moi, le Japon et l'effet que ce pays m'a produit. »¹⁸⁹ Voilà qui a le mérite de la franchise ! « La différence n'est guère évidente entre le touriste et certains voyageurs du siècle dernier. On constatera par exemple une ressemblance frappante entre le comportement du vacancier contemporain et celle de ce voyageur romantique que fut Gérard de Nerval », note fort justement J.-D. Urbain¹⁹⁰ en citant une lettre de l'auteur du *Voyage en Orient* (lettre du 2 mai 1843). Mieux, cet auteur surprend Chateaubriand, héros et modèle du voyageur, en train de se vanter d'avoir « toujours dérobé quelque chose aux monuments qu'il a visités »¹⁹¹. Nous voyons que ce voyageur avisé nous a aussi légué un autre fléau du tourisme : le vandalisme. On peut se féliciter de la sagesse des voyageurs qui vinrent après les Romantiques car « nul doute que si chaque touriste avait fait de même, il n'y aurait plus aujourd'hui ni Parthénon ni même d'Acropole ! »¹⁹²

Alors que l'on peut raisonnablement parler d'une différence de degré entre le touriste et le voyageur, la modernité en a fait une différence de nature. Cette absolutisation des différences - illustrée par des frontières symboliques que l'individu [150] profane ne franchit pas, de peur d'être tourné en dérision - vise à tenir à l'écart le touriste, sorte de nouveau riche du voyage - à l'instar des bourgeois victimes des sarcasmes de l'aristocratie, qui trouvait leurs manières « ridicules ».

En somme, dire qu'un voyageur modèle ait un jour existé procède de la croyance. C'est un mythe. La réputation du « voyageur », posée

¹⁸⁹ P. Loti, *Madame Chrysanthème* (1887), 1914, cité in Todorov, op. cit., p. 343.

¹⁹⁰ J.-D. Urbain, *L'idiote du voyage*, op. cit., p. 22.

¹⁹¹ J.-D. Urbain, *ibid.*, p. 23.

¹⁹² *Ibid.*, p. 24.

depuis les Romantiques comme l'exacte antithèse de celle du touriste, est quelque peu surfaite.

Ainsi, par exemple, il est exagéré de dire que les voyageurs romantiques étaient en majorité polyglottes ¹⁹³. Hormis P. Loti, qui apprit le turc, il ne semble pas que les écrivains de l'époque se soient donnés cette peine. François-René de Chateaubriand, ancêtre du « voyageur » moderne, trouvait tout à fait déplacée l'idée d'apprendre l'iroquois, lors de son séjour aux États-Unis, ou le turc, pendant son passage en Turquie.

On demeure perplexe quand on lit ces lignes de J. Cassou : « Gobineau nous montre ce qu'est, à sa pointe extrême, à son sublime, un humanisme : à savoir une paradoxale possibilité pour l'homme d'être soi en devenant autrui. » ¹⁹⁴ Qu'est-ce à dire vraiment ? Que Gobineau fut un humaniste ? Certes non. Dans le même numéro de la revue, quelques pages plus loin, nous tombons sur une citation de Gobineau, où, c'est le moins que l'on puisse dire, aucun humanisme ne transparaît. « A bord du navire (...) se trouvait un bon groupe de ces excellents animaux, que la mode chasse tous les printemps de leurs étables, pour les emmener faire, comme ils disent, un voyage en Orient. Ils vont en Orient et ils en reviennent, ils n'en sont pas plus sages au retour. Ni le passé ni le présent des lieux ne leur est connu ; ils ne savent ni le comment ni le pourquoi des choses (...) Gloire infinie à cette toute-puissance et bonne sagesse (...) qui n'a pas voulu que ces méchants et ces sots pussent en apercevoir les perfections, en mesurer les douceurs et en posséder [151] les mérites (...) Gloire, encore une fois, au Dieu bon et bienveillant, qui a réservé quelque chose exclusivement pour les élus. » ¹⁹⁵ La seule doctrine connue à laquelle adhéra Gobineau fut le racialisme, version théorique et pseudo-scientifique du racisme - ce qui n'est en aucun cas un humanisme. Auteur de *l'Essai sur l'inégalité des races humaines*, titre suffisamment explicite, Gobineau n'a rien à nous apprendre sur les peuples qu'il voyait à travers les œillères de son ethnocentrisme triomphant (ses écrits développent une fantasmagorie raciste : on y trouve quelques prophéties sur le Japon,

¹⁹³ J. Cassou, Du voyage au voyageur, *Communications*, n° 10, op. cit., p. 26.

¹⁹⁴ *Ibid.*, p. 27.

¹⁹⁵ J. A. de Gobineau, *La vie de voyage, Nouvelles asiatiques*, Paris, Pauvert, p. 332-334, cité in O. Burgelin, *Le tourisme jugé*, op. cit, p. 70.

qui aurait du mal à égaler l'Occident ; sur la Chine qui devrait se dépeupler ; sur l'infériorité... physique des Noirs ; sur le fait que les États-Unis ne devraient jamais accéder au rang de puissance - il prophétise cela en 1885, se basant sur une loi « scientifique » en vertu de laquelle une puissance ne saurait naître que d'une « race » pure et jeune !) ¹⁹⁶. Osons le dire, le touriste contemporain, malgré ses travers, me paraît bien plus inoffensif par ses photographies, peu esthétiques, que ces exotes romantiques par leurs textes, tout bien écrits qu'ils soient.

Victor Segalen

On ne peut évidemment pas ignorer le cas V. Segalen, tant il a marqué l'esprit de tous ceux qui s'intéressent au voyage ¹⁹⁷. Il a d'ailleurs, avec Jules de Gaultier (un écrivain qui s'est fait connaître par un traité sur le « bovarysme » ¹⁹⁸) [152] enrichi le vocabulaire du dépaysement en y introduisant le terme d'« exote », pour désigner l'adepte de l'« esthétique du divers ». Remonter à cette époque, fin XIXe et début du XXe siècle, me paraît d'autant plus justifié que V. Segalen jouit toujours de l'aura du « vrai » voyageur et se retrouve au centre de la querelle « touriste *versus* voyageur ». Il incarne la référence suprême qu'utilisent encore les partisans d'un exotisme raffiné. La revue *Europe* lui a récemment consacré un numéro spécial, J. Baudrillard le cite abondamment dans un de ses derniers livres, T. Todorov fait une lecture attentive des dérives antihumanistes présentes chez cet auteur, et F. Affergan, malgré une analyse très fine du passage sémantique

¹⁹⁶ T. Todorov, *op. cit.*, p. 153-164.

¹⁹⁷ V. Segalen, *Essai sur l'exotisme (1904-1918)*, Montpellier, Fata Morgana, 1978.

¹⁹⁸ J. de Gaultier, *Le Bovarysme*, Paris, Librairie Léopold Cerf, 1892, voir p. 11 où cet auteur signale que le roman de Flaubert est avant tout une charge contre le romantisme ambiant. Contre ce « mal » de la pensée : « qui précède l'expérience au lieu de s'y assujettir, le mal d'avoir connu l'image de la réalité avant la réalité ». Le Bovarysme est défini par cet auteur comme une manie chez les individus de se « concevoir autrement qu'ils ne sont ».

entre les notions de « différence » et celle d' « altérité », ne traite pas des écrits de V. Segalen ¹⁹⁹.

En effet, il me paraît nécessaire de modérer quelque peu ce récent engouement pour V. Segalen. Je ne prétends pas décider de la valeur littéraire de son œuvre, ni même contester certaines de ses observations sur l'exotisme dont quelques-unes me paraissent justifiées. Je ne remettrai en question son analyse que sur un point : il me semble que son exaltation de la différence, du divers, bref de l'exotisme, poussée loin dans sa logique, aboutit à des résultats assez contestables. Il transparait, dans les écrits de V. Segalen, comme une « assignation à résidence identitaire » assez contraignante, en premier pour les autochtones dont il fait l'éloge. Qu'est-ce cette identité maorie, statique, qui traverserait le temps et les péripéties historiques, égale à elle-même et immuable ? Cet entêtement à sortir de l'histoire les Maoris, à en faire des individus menacés par le simple contact avec l'Occident, pose problème. Les plus embarrassés sont les habitants de Tahiti qui ne savent comment lire V. Segalen. Pour certains d'entre eux, « Les immémoriaux » est en effet [153] devenu la bible des adeptes du retour aux racines Maories. Un mouvement identitaire tahitien, notamment dans les villes, fait du livre de V. Segalen une référence incontournable ; or le thème du ressourcement qu'il développe ne fait pas que des heureux : « A force de le ressasser, le "ressourcement" est devenu une idéologie toujours plus massive qui n'est pas sans conséquences sur la vie des îles. Les habitants des archipels enclavés sont désormais considérés à Papeete comme la référence de l'identité culturelle Maorie. Les populations des îles accueillent heureusement avec méfiance ces discours de citadins qui - au nom du combat contre l'uniformisation des cultures - les exhortent à se garder de la modernité et à produire le plus grand nombre de traits culturels du passé. Au bout de cette logique, il n'y a pour ces populations qu'un seul destin : voir leur culture transformée en marchandises... fabriquées par des coopératives artisanales encouragées et créées en grand nombre ces dernière-

¹⁹⁹ Revue *Europe*, Paris, avril 1987, n° 686, numéro spécial ; V. Segalen, et aussi J. Baudrillard, *La transparence du mal*, Paris, Ed. Galilée, 1990, p. 151-161 ; F. Affergan, *Exotisme et altérité*, *op. cit.*

res années et leurs îles devenir réserves culturelles, musée de plein air, conservatoire d'une Polynésie totale et réifiée. » ²⁰⁰

Ainsi, l'attitude plus que sympathique de V. Segalen envers cette population, son respect (conditionnel, à mon sens) pour cette culture ne doivent pas nous empêcher de jeter un regard critique sur les conséquences de sa philosophie de l'exotisme. On ne peut pas incriminer directement V. Segalen pour l'utilisation actuelle qui est faite de ses écrits. On se doit néanmoins d'interroger sa notion d'exotisme, notion assez ambiguë à mon sens, et qui peut cautionner des attitudes équivoques (cf. la récupération par la nouvelle droite de cet éloge des différences dont, paradoxalement, les mouvements antiracistes français se font les naïfs hérauts). Ce schéma de pensée existe aussi dans le tourisme moderne. Je pense en particulier aux tiers-mondistes dont la motivation, certes estimable, risque néanmoins de produire [154] un effet pervers de momification des cultures, sous prétexte de les préserver du contact avec l'univers occidental, posé comme inévitablement malsain, sans que l'on sache d'ailleurs pourquoi.

Mais, revenons un instant à V. Segalen. Cet auteur se propose de dépouiller le mot d'exotisme de son acception exclusivement tropicale et géographique : « L'exotisme n'est pas seulement donné dans l'espace, mais également en fonction du temps » (Essai..., p. 36). Il tient à le libérer de toutes les idées reçues : « le palmier et le chameau ; casque de colonial ; peaux noires et soleil jaune », et surtout, à le distinguer de l'univers « des programmes d'agences Cook, et des voyageurs pressés et verbeux... » (ibid., p. 36). Le but de V. Segalen est de définir, de poser la sensation d'exotisme, « qui n'est autre que la notion du différent, la perception du divers, la connaissance que quelque chose n'est pas soi-même ; et le pouvoir d'exotisme, qui n'est autre que le pouvoir de se concevoir autre ». L'exotisme n'est pas une adaptation à l'étrangeté, « ni la compréhension parfaite d'un hors soi-même qu'on étreindrait en soi, mais la perception aiguë et immédiate d'une incompréhensibilité éternelle » (ibid., p. 38). V. Segalen s'en prend au « tourisme, qui diminue vraiment l'exotisme des pays » (p. 48). L'auteur redoute deux phénomènes modernes, qui menaceraient l'exotisme : la démocratisation et l'esprit égalitaire, d'une part, et la communication entre les cultures, perçue comme une unification et une uniformisation

²⁰⁰ J. Scemla, La dégradation du divers, in revue *Europe*, op. cit., p. 21-26.

générale, d'autre part. Différence signifie d'abord pour lui inégalité, celle-ci est la condition nécessaire pour que persiste l'exotisme, y compris entre les sexes. « Condamnation absolue du féminisme, sorte de monstrueuse inversion sociale » (Essai, p. 78), écrit-il. Quant aux mariages mixtes, ils sont la suprême horreur pour V. Segalen : s'il faut que les peuples soient en contact, qu'ils le soient par la guerre, estime-t-il (« voyages mécaniques confrontant les peuples et, horreur, les mêlant, les mélangeant sans les faire se battre », *Essai*, p. 77).

[155]

Il est inutile de continuer plus avant, ou de montrer les similitudes de pensée entre P. Loti et de A. de Gobineau. Notons, pour conclure, que le moins que l'on puisse dire est que l'aura dont jouissent bon nombre d'auteurs férus d'exotisme est quelque peu sujette à caution, dès lors qu'on analyse leurs textes en fonction de quelques principes démocratiques élémentaires. La dénonciation du tourisme de masse, surtout en direction du Tiers Monde, draine encore des *a priori* anti-démocratiques, alors que maintes études montrent que le tourisme n'est qu'un facteur d'acculturation parmi d'autres. Sous prétexte de dénoncer le tourisme corrompateur des cultures autochtones, on arrive à reprendre insidieusement une thématique « du bon sauvage ».

Il ne s'agit pas de tolérer tous les abus touristiques, mais de bien préciser de quel point de vue on l'attaque. Est-ce au nom d'un privilège d'esthète et d'aristocrate dénonçant les touristes, ce « troupeau errant » (V. Segalen, p. 46), indignes de la saveur exotique, parce que de « basse » extraction ? Ou est-ce au nom du droit des populations locales à décider, elles-mêmes, de l'aménagement de leur territoire, qu'elles soient bretonnes, sénégalaises, corses, ou autres ? Le problème est le même, que l'on soit du Tiers Monde ou Savoyard : c'est une affaire de démocratie, du droit du citoyen d'accepter ou de refuser le futur touristique qu'on lui présente. La différence est que certains peuvent s'opposer, ou accepter le tourisme selon des critères économiques et culturels, en tant que citoyens (en Europe, surtout), tandis que d'autres sont tributaires des humeurs de dirigeants nationaux ou d'experts ès cultures « aliénées » par le tourisme. Ceux-ci agissent bien sûr pour le « bien » de ces peuples. En bref, il n'appartient pas à nous sociologues de définir ce qu'est le bon ou le mauvais tourisme, il faudra s'adresser pour ce faire aux principaux intéressés : non pas tant aux dirigeants politiques, mais au citoyen de base à qui on aura, préalablement, resti-

tué le pouvoir de dire non. La réflexion sur les « impacts socioculturels » de ce météorite nommé tourisme, [156] si elle n'inclut pas comme corrélat explicatif la part de citoyenneté et de démocratie locale, régionale ou nationale, restera une discussion en vase clos entre experts ès tourisms « ethnologiques » et experts ès pouvoirs autoritaires - avec tout le paternalisme envers les populations, qui est consubstantiel à ce type d'enjeux.

Finissons en citant G. Cazes qui pose, à mon sens, une question fondamentale : « Ne serait-ce pas justement dans l'espace de l'imaginaire que les effets d'un développement touristique incontrôlé sont les plus pernecieux, de manière plus insidieuse que brutale ? » ²⁰¹

²⁰¹ G. Cazes, *L'île tropicale, figure emblématique du tourisme international*, Aix, CHET, série C, n° 112, juin 1987, p. 17.

[157]

**Imaginaire touristique
et sociabilités du voyage.**

**Troisième partie.
Tourisme et pèlerinage**

Chapitre VII

Les trois temps du voyage

[Retour à la table des matières](#)

Les trois séquences du rite de passage correspondent, dans leur forme, aux trois temps du voyage : départ, vol (y compris le transit) et arrivée ; ils renvoient à une idée de franchissement de seuils (*limen*) successifs et bien délimités. Les rites touristiques n'offrent pas un découpage aussi précis dans leur déroulement. Le terme de « liminoïde », au sens de transitionnel, peut rendre compte d'une de leurs particularités ; on le préférera à celui de « liminal » pour bien préciser qu'on parle ici d'une parenté formelle, mais aucunement d'une identité du contenu symbolique. Le monde du voyage reste un univers de la transition, dans tous les sens du terme. En tourisme, il existe un « haut lieu », où les séquences des rites de passage modernes sont le plus accentuées dans les comportements : l'aéroport. Le vol aérien offre, en effet, un bel exemple de ritualisation des comportements de voyage.

I. LE DÉPART VERS LES CIEUX

[Retour à la table des matières](#)

L'envol est la dimension forte et marquante du voyage aérien. Tout un cérémonial de la séparation l'accompagne, sans que cela ne ressemble aux adieux des quais de gare, avec [158] le chatoiement de mouchoirs blancs. Dans les aéroports, les ruptures sont, généralement, moins dramatisées, moins spectaculaires que dans les gares, comme si les accompagnants ne voulaient pas ajouter une émotion supplémentaire au partant, souvent déjà ému à l'idée de prendre l'avion. Voler, vieux rêve humain enfin réalisé, ne se fait pas sans drainer des éléments imaginaires. L'action de voler participe de deux éléments, le ciel et la terre ; autrement dit, cela renvoie à l'opposition entre le rationnel et l'irrationnel, entre le domaine des dieux et celui des hommes. Imaginaire et réel se télescopent et se combinent dans cette expérience qui demeure impressionnante. Indéniablement, le voyage en avion, malgré sa banalisation croissante, reste encore, pour bon nombre d'individus, un moment magique où le rêve côtoie la réalité ; il garde une charge émotionnelle particulière.

On constate que les comportements des passagers expriment une double émotion : une exaltation intense qui peut cohabiter avec une inquiétude irraisonnée. En effet, une sensation d'euphorie précède et accompagne cette expérience de transgression des limites spatiotemporelles et sociales qu'est le vol aérien. Partir a quelque chose de libérateur. On est au-dessus de tout, au sens propre comme au sens figuré. Un décollage suggère toujours un départ vers l'illimité, on entre de plain-pied, dans l'univers de l'évasion. On est en apesanteur physique et sociétale.

De plus, la symbolique de l'air éveille beaucoup d'éléments dans l'imaginaire humain. L'air est le milieu propre de la lumière, de l'envol, du parfum, de la couleur, des vibrations interplanétaires ; il est la voie de la communication entre la terre et le ciel. Selon G. Bachelard, « la trilogie du sonore, du diaphane et du mobile est une production de l'impression intime d'allègement » - impression présente et, bien souvent, teintée d'euphorie chez le passager. Cette impression d'allègement manifeste la conquête d'un être jadis lourd et confus qui, par « le mouvement imaginaire, en écoutant les leçons de l'imagination aé-

rienne, est devenu léger, clair et [159] vibrant (...) La liberté aérienne parle, illumine, vole ²⁰² ». L'être aérien est libre comme l'air et, loin d'être évaporé, participe au contraire des propriétés subtiles et pures de l'air. Il se veut libre et léger comme l'air, sans aucune attache pesante. Le voyage en avion, au-delà de sa fonction utilitaire, éveille cet imaginaire de l'air.

En outre, voler dans les airs, transgresser le mythe d'Icare, ne va pas sans une certaine appréhension. Dans ce mythe et dans les rêves, le vol traduit une recherche d'harmonie intérieure, un dépassement des conflits. Plus ce désir d'arrachement aux contingences terrestres s'exalte, plus la « vanité » qui l'inspire se mue d'abord en angoisse, puis en une forme atténuée de culpabilité. Le vol aérien symbolise une ascension intellectuelle ou morale, le désir de transcender notre condition ordinaire. Nous savons aussi qu'à l'élévation s'oppose la chute, le retour à la vie réelle et aux tâches quotidiennes. Au sentiment euphorique de l'envol vient ainsi se greffer un vague à l'âme, une mauvaise conscience, car on a fui... quoi ? On ne le sait pas toujours clairement. Bien souvent, cette sensation embarrassante conduit à l'autojustification. Les vrais voyageurs sont ceux-là seuls qui partent pour partir, dit Charles Baudelaire. On part le billet de retour en main, pour mieux revenir, pour mieux retourner dans le rang et, quelque peu embarrassé par notre velléité de rupture, pour reprendre sa place.

À cette culpabilité diffuse s'ajoute une anxiété, non moins diffuse. Savoir que son destin tient au bon fonctionnement d'une machine, aussi sophistiquée soit-elle, ou à l'habileté d'un pilote, fait poindre une inquiétude qui peut se transformer, chez certains individus, en refus d'embarquer. Le psychiatre Philippe Bargain, chef du Service médical d'urgence et de soins de l'aéroport de Roissy, constate que, bien souvent, les passagers qui se présentent au centre médical pour [160] réclamer un calmant, le font à défaut d'exprimer clairement leur peur du vol ²⁰³. En général, un entretien rassurant suffit à les calmer, sinon un traitement anxiolytique leur est administré. Cette émotivité précèdent

²⁰² G. Bachelard, *L'air et Les songes*, Paris, Corti, 1943, p. 74.

²⁰³ P. Bargain, *Psychopathologie aéroportuaire*. Troubles psychiatriques et urgences psychosociales présentés par les usagers de l'aéroport Charles de Gaulle, Mémoire de CES en psychiatrie, faculté de Médecine X, Bichat, Paris 7, 1991, 94 p.

le départ est plus répandue qu'on ne l'imagine. Les enquêtes d'opinions faites par les compagnies aériennes révèlent qu'un passager sur quatre reconnaît avoir peur en avion ²⁰⁴. Evidemment, les troubles émotionnels sont vécus différemment selon les individus, mais ils se manifestent, à un degré ou à un autre, chez tous.

Éliminons de la discussion les habitués du voyage qui recherchent, tout au plus, une forme de connivence avec le personnel d'accueil ou de navigation, théâtralisant peu leurs émotions. Une certaine autonomie guide leurs attitudes dans l'aéroport. Examinons la catégorie des anxieux - hantise des hôtesse et des accompagnateurs de voyage - avec leurs demandes incessantes d'informations, leur fébrilité, leurs comportements désordonnés, leur distraction et leur nervosité, si ce n'est leur agressivité envers le personnel au sol. Quel professionnel du tourisme, ou, tout simplement, quel observateur averti, n'a pas constaté cela ? Il suffit de se promener dans n'importe quelle aérogare pour s'en convaincre. Seules les personnes qui se trouvent derrière les tiroirs-caisses des magasins hors taxes se réjouissent de cette agitation et observent, avec délectation, la valse des cartes de crédit.

Il existe aussi une sous-catégorie chez les anxieux ; ce sont ceux qui se montrent dociles et bien disciplinés, qui s'évertuent à gagner l'approbation des hôtesse et à obéir au personnel de l'aéroport en adoptant une attitude effacée et soumise. [161] Quand ils participent à un voyage organisé, ils ne quittent pas le guide d'une semelle.

Les comportements, dont on donne ici une stylisation confinant quelque peu à la caricature, sont poussés au paroxysme en cas d'imprévus techniques ou de problèmes de sécurité, qui viennent prolonger les multiples procédures d'embarquement. Nous avons choisi ici de décrire les situations extrêmes, à dessein, afin de mieux faire ressortir la dimension affective et émotive qui taraude l'esprit du voyageur ordinaire, et pour bien souligner l'aspect ritualisé des voyages aériens.

²⁰⁴ R. Digo, Aperçus sur les problèmes psychologiques du passager, Journées de médecine aéronautique et tropicale, Lomé (Togo), 23-26 février 1981, in *La Nouvelle presse médicale*, n° 22 et 23, 1981.

Le statut de passager

Après la Seconde Guerre mondiale, l'essor du trafic aérien donna naissance à des formes « luxueuses » de voyage. La lenteur des formalités d'embarquement illustre bien la solennité accordée à cette forme de déplacement. Pour effectuer le voyage entre Paris et Londres, par exemple, tout un cérémonial s'instaurait. On ne se rendait pas directement à l'aéroport : il fallait passer par un « terminus » - la gare des Invalides à Paris, ou Victoria Air terminal à Londres. On y enregistrait ses bagages, on y faisait contrôler son billet et son passeport par un employé de la compagnie d'aviation. Les passagers, transportés dans un bus spécial, étaient isolés des autres personnes les accompagnant. Arrivés à l'aéroport, un deuxième rite de séparation attendait les voyageurs, ils passaient la barrière de la police des frontières, les isolant définitivement des badauds et autres visiteurs des aéroports. Ils devenaient, progressivement, par le biais d'une initiation graduelle, des passagers ; il s'agissait d'une véritable transmutation, qui donnait au citoyen ordinaire une nouvelle identité (J. Pitt-Rivers). Une démarcation nette se faisait entre « ceux qui partent » et « ceux qui restent ». Le billet d'embarquement, contrairement à ce qui se passe actuellement, était distribué [162] à la fin du contrôle des passeports, après le passage de la barrière de la « Police des frontières ». La personne était consultée sur ses préférences concernant la place qui lui était octroyée dans l'avion. Un plan de l'appareil avec les numéros des sièges, comme au théâtre, était mis sous les yeux du passager qui était sommé de choisir, en toute liberté, un fauteuil. La prise en charge de l'individu par le personnel de la compagnie commençait alors. Avant de parler de cette prise en charge - période hautement instructive quant à l'imaginaire des voyages - demandons-nous ce que faisait le voyageur, le ticket d'embarquement en main, il y a une quarantaine d'années ? Un deuxième contrôle lui était imposé, et un cachet portant la mention « sortie » était appliqué sur son passeport. Plus aucun contact n'était permis entre l'extérieur et le lieu de ségrégation, mais, « considéré comme moralement sorti, on avait droit aux mêmes avantages que les voyageurs en haute mer en dehors des eaux territoriales du royaume, c'est-à-dire qu'on n'était plus redevable au fisc national et qu'on pou-

vait acheter "en franchise" » ²⁰⁵. Le voyageur recevait ainsi une sorte de récompense, pour avoir subi cette première épreuve initiatique. A partir du moment où le possesseur d'un billet d'avion dépassait le poste de la police frontalière, il entrait d'emblée dans un état transitoire : il devenait un client-roi et un enfant à assister, mais surtout, il jouissait des privilèges liés à ce statut nouveau de passager.

La montée vers la lumière

A l'heure actuelle, l'individu subit une autre épreuve à l'aéroport, qui consiste à trouver son chemin dans le labyrinthe de couloirs, escaliers et salles signalés par des chiffres et des lettres. Quand l'électronique s'en mêle, il faut déchiffrer, [163] avec beaucoup de calme, le clignotement des panneaux qui annoncent retards, annulations de vols, ordres d'embarquements immédiats, décollages et les numéros de couloirs d'embarquement. Tout cela, en évitant de se perdre parmi ceux qui arrivent, ceux qui partent, ou ceux qui transitent. Certains aéroports ont pris en compte les mésaventures du voyageur ordinaire et ont fait des efforts pour rendre son périple aéroportuaire plus commode.

On commence même à se soucier de la « psychologie » du passager. Toute l'architecture a été conçue pour préparer mentalement l'individu à l'épreuve de l'avion. Pour accéder à la salle d'attente, à Roissy et notamment à l'aérogare 1, on utilise des escaliers mécaniques contenus dans d'immenses tunnels transparents. « En empruntant le tube central qui le mène du niveau départ au niveau transfert, suspendu un moment entre ciel et terre », le passager anticipe le séjour en cabine : au travers de la paroi du tunnel de cristal, levant les yeux, il peut apercevoir un cercle de ciel, préfigurant la vision au travers du plexiglas du hublot de la cabine. Le passager fait alors un retour sur lui-même, une sorte de prostration qui tranche avec l'excitation et l'agitation qui règne dans la salle d'enregistrement des bagages. A Roissy, les hôtesses au sol affirment avoir d'énormes difficultés à joindre un passager attendant dans le satellite des départs ; insensible

²⁰⁵ J. Pitt-Rivers, Un rite de passage de la société moderne le voyage aérien, in *Les rites de passage aujourd'hui*, op. cit., p. 115-130, p. 123.

à son environnement immédiat, souvent silencieux et recueilli, le voyageur n'entend pas les appels qui lui sont adressés. Les responsables de l'aéroport en viennent à envisager sérieusement l'installation d'écrans pour faire défiler le nom des personnes demandées.

Il y a quarante ans, les passagers étaient invités à suivre, un peu comme des écoliers, une jeune femme en uniforme qui les conduisait à un bus chargé de les déposer au pied de la passerelle par laquelle, toujours sagement, ils montaient dans l'avion (cela a peu changé, même si le transfert par autocar tend de plus en plus à disparaître dans les grands aéroports). Cette opération durait au bas mot une bonne heure. À bord, les hôtesses de l'air souhaitaient la bienvenue, à tous les passagers, [164] un par un. Après leur installation, deux personnages centraux prenaient : possession de leur destin durant le vol : le commandant de bord et l'hôtesse. Les hôtesses faisaient tout pour rassurer, voire mater, les voyageurs ²⁰⁶. Elles étaient de véritables officiantes, au statut équivoque de mère et de séductrice, d'un rite particulier. « Elles servent boissons et repas, mais ce ne sont pas des serveuses, car il est inconcevable qu'on leur offre un pourboire même en classe économique où elles sont aujourd'hui obligées de faire payer les consommations alcooliques. Aussi ont-elles de l'autorité, mais une autorité de nounou, exercée sur un ton ferme, mais indulgent. » L'hôtesse « ne doit jamais manifester le moindre énervement à l'égard de ceux qui sont à sa charge. C'est une marraine tout à fait comparable à la personne qui veille sur le néophyte et le réconforte pendant les rites d'initiations africains. C'est elle qui s'assure que les ceintures de sécurité sont attachées ; c'est elle qui autrefois distribuait les bonbons et c'est toujours elle qui apporte, à ceux qui ont le mal de l'air, un sac en papier qu'elle récupère discrètement quand il le faut. Elle est séduisante, mais on ne peut la séduire, et ses relations avec ses clients-filleuls sont sans avenir et sans réciprocité. Son rôle est purement gracieux » ²⁰⁷.

La connotation « maternante » liée au statut des hôtesses, qu'elles partagent d'ailleurs avec les infirmières dans l'imaginaire collectif, fait que les souhaits des passagers, s'ils relèvent de la sphère sexuelle, restent généralement refoulés ou très codés, notamment sous forme de

²⁰⁶ R. Digo, *ibid*, *op. cit.*

²⁰⁷ J. Pitt-Rivers, *op. cit*, p. 118.

gentille cour que quelques passagers se sentent obligés de faire à l'hôtesse (ou quelques passagères au steward). Il y a peu de passage à l'acte ; ce qui ne fait d'ailleurs que renforcer l'aura érotique qui entoure le personnel navigant dans son ensemble. Nous assistons alors à une forme, certes atténuée, de résurgence du sentiment d'omnipotence que vit l'enfant. L'hôtesse ravive chez le [165] passager le souvenir du *holding* maternel : comme la mère, elle est celle qui s'interpose entre le monde de la nécessité, du danger, de la réalité routinière et de l'insatisfaction des désirs et entre celui, plus chaud, du plaisir, du rêve, des désirs exaucés, de l'abondance, bref, des vacances. Fantasmatiquement, elle est là pour répondre au moindre besoin du passager. Elle facilite le passage entre la vie sur terre et celle, plus inquiétante, plus inhabituelle, d'une vie dans un avion. Son rôle, quasi maternel, consiste à faire accepter la nouvelle réalité aux voyageurs, à leur servir de « passeur » entre deux univers.

Les valeurs maternelles de douceur, de bienveillance et d'intimité sont dominantes dans le voyage aérien, même si, ici et là, on se fait quelque peu bousculer ou marcher malencontreusement sur les pieds. Ces valeurs expliquent les incompréhensions, les griefs et les disputes qui surgissent quand le personnel de vol se contente uniquement de faire son travail, en parfaits professionnels, sans plus ; les passagers, dont les réclamations reposent souvent sur peu de faits tangibles, manifestent leur frustration, plus par rapport à un besoin insatisfait de *holding*, qu'à une quelconque contreperformance des hôtesse et des stewards. De même, les griefs adressés aux accompagnateurs de voyage s'expliquent ainsi - exception faite, bien entendu, des reproches liés à quelques cas particuliers d'incompétence professionnelle. Fonctionnalité et imaginaire composent de part en part l'univers du tourisme ; négliger une des deux dimensions expose les gens de ces métiers à beaucoup de déconvenues.

II. LE TEMPS ET LE VOYAGE

[Retour à la table des matières](#)

J. Pitt-Rivers remarque que le voyage aérien se distingue du voyage terrestre par « le nombre de salutations obséquieuses dispensées aux gens, tantôt individuellement, tantôt [166] collectivement par l'équipage navigant ». Tout cela est vécu, par tout un chacun, comme allant de soi. Des explications en termes d'image de marque du pays ou de la compagnie aérienne sont données comme justificatifs objectifs : « Ils nous font le grand cinéma pour qu'on reprenne leurs vols », disent certains passagers.

Certes, il existe effectivement une compétition entre compagnies aériennes concernant l'image que l'on veut donner du pays, ou de la société de transport, à travers la qualité du service à bord, le charme des hôtes, leur serviabilité (voir le succès qu'ont Air France, la Thaï ou Singapour Airlines), et même à travers le luxe des aéroports considérés comme « vitrine » nationale.

Cependant, on s'étonnera toujours de la persistance du rituel lié aux vols internationaux même pour des destinations proches, et dont le temps de parcours est quasiment identique à celui qu'offre le train (si on inclut la durée qu'il faut pour traverser Paris afin de se rendre à un aéroport). Ainsi, même si le vol en lui-même dure environ une heure, voire moins, les formalités de départ, de vol et d'arrivée font que les deux moyens de transport s'équivalent en termes de gain de temps. Bref, on constate une « perte de temps » à l'œuvre dans les voyages aériens - alors que le but recherché par les passagers, et la raison d'être des compagnies aériennes, sont, justement, de réduire le temps de transport.

Plutôt que de s'étonner de la richesse de l'élaboration rituelle du voyage international aérien, et même de l'institution de l'aéroport, on devrait s'émerveiller de sa résistance contre la concurrence des considérations pratiques qui auraient pu la réduire à la simplicité d'un voyage en train ou en autobus, estime J. Pitt-Rivers.

Ce rapport au temps, spécifique au voyage aérien et au tourisme, évoque une dimension importante des rites, à savoir leur fonction de

maîtrise du temps. L'initié, comme le voyageur moderne, vit un temps « autre » pendant son séjour hors de son cadre habituel.

[167]

Le pragmatisme pur cohabite assez mal avec l'imaginaire du voyage aérien. Celui-ci exige des rites, sans quoi il perd de sa saveur et de sa consistance. A ce propos, on peut signaler les réticences émises par le personnel au sol de l'aéroport de Roissy au moment où le terminal 9, une structure légère et très pratique, a été mise en place. Ce terminal, dévolu à l'accueil de groupes ou des « vols charters », est très fonctionnel. Il diffère des autres terminaux par l'absence de magasins luxueux ou de signes de valorisation sociale du voyageur. Et, surtout, le rituel de départ se trouve réduit à sa plus simple expression, « afin de faire gagner du temps aux passagers ». Or, malgré cela, certains employés de l'aéroport, et même certains voyageurs, pensent que cela relève d'une discrimination à l'égard des clients à faible budget. Ces critiques, fondées au demeurant, révèlent la dimension symbolique du vol aérien : elles soulignent bien l'idée que le voyage aérien ne peut être réduit à sa seule fonction utilitaire, le déplacement rapide d'un endroit à un autre. Au-delà de sa fonction pratique, l'aéroport est un lieu magique, c'est un tremplin pour le rêve. Comme tout lieu « sacré », on ne s'en approche qu'en respectant des rites. Aussi faut-il solenniser le moindre acte des voyageurs. Ainsi, le rituel de la « perte de temps » fait partie intégrante de la cérémonie de départ. Ce rituel - fait de pauses et de répétitions souvent injustifiées d'un point de vue purement pratique - est nécessaire pour structurer, à l'intérieur d'une cosmogonie, les dimensions spatiales et temporelles. Encore une fois, on voit l'imaginaire et l'utilitaire s'imbriquer étroitement dans l'univers du voyage et des vacances.

Cela dit, cette relation au temps change, selon les moments du voyage. Alors qu'au départ, on tolère relativement bien la lenteur des procédures, tout change au retour : la durée de livraison des bagages devient un véritable supplice, on se rue sur les taxis ou sur les moyens de transport collectifs, impatient que nous sommes de retrouver ce que nous nous acharnions à fuir.

[168]

Initiation à la vacance

Une des fonctions des rites de passage, dans les cultures dites traditionnelles, est de donner une nouvelle identité à l'adolescent. C'est une forme de mue, le vieux « moi » meurt, un autre naît à sa place ; ces rites sont vécus comme une mort symbolique.

Dans le tourisme, l'individu meurt ainsi à sa condition de citoyen pour accéder à celle de passager, comme on l'a dit plus haut, puis à celle de vacancier. Le voyageur franchissant le seuil d'un avion franchit mentalement la frontière qui sépare deux mondes. G. Bachelard souligne le lien symbolique qui existe entre la navigation - et, par extension, le voyage - et l'idée de mort ²⁰⁸.

Le voyageur se vit comme un « mort » symbolique, c'est un individu qui meurt dans un monde, pour renaître autre et meilleur « ailleurs ». Cet « ailleurs », synonyme d'exotisme, le touriste le magnifie d'avance, avant même d'y mettre les pieds, s'exposant ainsi à quelques désillusions.

Inaugurant l'aéroport d'Orly-Sud, en 1962, le général Charles de Gaulle a qualifié cet endroit de lieu de rencontre entre le ciel et la terre. Remarquons ici que pour beaucoup de religions, la « montagne sacrée » - à laquelle on associe tout temple ou palais, et par extension, toute ville sacrée - désigne le lieu par où passe *l'axis mundi* et symbolise le point de jonction entre Ciel, Terre et Enfer ²⁰⁹. L'imaginaire touristique se nourrit de ces symboles ; dès l'installation dans la salle d'attente, le touriste se trouve déjà « ailleurs », inaccessible, dans son « monde ». Il se replie sur lui-même, sur son « centre », pour concilier les sentiments contradictoires qui le traversent : la joie de s'élever vers le ciel, la [169] peur de perdre pied sur terre et l'enfer du doute quant à l'inconnu, à ses propres émotions et aux aventures qu'il espère et redoute.

²⁰⁸ G. Bachelard, *op. cit.*, p. 101.

²⁰⁹ M. Éliade, *Traité d'histoire des religions*, Payot, Paris, 1949, éd. de 1987, p. 310.

« Vanité ! Vanité ! tout est vanité ! » s'écrie l'Écclésiaste. Vanitas : le vain, le vide. Le touriste raffole du vide, du vain, de l'éphémère, il en fait une vertu et une thérapie existentielle. D'ailleurs, l'expression populaire « faire le vide » revient souvent, quand on interroge les gens sur leurs motivations de vacances. Faire le vide des valeurs, le vide des engagements et des rôles sociaux et se rêver léger comme l'air, sans aucune attache, loin de tout... Les dénonciateurs du tourisme de masse concentrent leurs attaques sur cette « frivolité » présumée du vacancier. Celui-ci n'en a cure ! Il se construit un espace mental irréel, une aire intermédiaire entre l'extérieur et l'intérieur, entre ici et là-bas, entre l'introversion et l'extraversion, un monde proche du rêve éveillé. Cet état second, qui est une forme provisoire d'autisme caractérise l'esprit des vacances modernes. Tout cela s'apparente à une « aire d'illusion », selon les termes de D. W. Winnicott. Dire que les voyages sont une drogue n'est pas seulement une facilité de langage, il y a du vrai dans cette expression ; l'individu recherche et apprécie ces moments de suspension, de « vide », de flottement, entre « ciel et terre », en dehors du temps et de l'espace habituels. Charles Baudelaire, Timothy Leary, Henri Michaux, Jean Cocteau, E. Junger, les Soufis, et bien d'autres poètes ou mystiques ont souligné ces liens entre « ivresse » et voyage. Dans l'ensemble, ils mettent en lumière l'aspect « extatique » du voyage, son caractère de sortie de soi, de sortie du temps et de l'espace. Il reste des traces de cet imaginaire dans les déambulations modernes, y compris dans les déplacements les plus ordinaires, à condition d'y inclure un franchissement de frontières nationales ou symboliques. On peut parler de l'espace mental du vacancier comme d'une « aire d'illusion » - encore faut-il préciser que cette illusion fort prisée, remplit une fonction très utile.

[170]

La séquence de marge

La première phase des rites s'achève au pied de l'avion, et une seconde séquence faite d'isolement physique et psychologique commence. A l'instar des adolescents des sociétés traditionnelles, le passager-vacancier est hors normes habituelles, il vit en état de transit entre un aéroport de départ et un autre d'arrivée. L'imaginaire du voyage est

fait de discontinuités temporelles qu'on rêve absolues, on vit une parenthèse provisoirement éternelle. Pendant le vol, cet état psychique de transit s'exprime par un abandon, momentané, des statuts sociaux (je ne parle pas ici des voyages en classe « affaires » mais en « classe économique », où, à toutes choses près, les conditions socioprofessionnelles s'équivalent). L'individu s'agrège mentalement à la communauté des autres passagers. Une communauté, certes éphémère et aux contours flous, est visible - surtout sur les longs courriers. Sans obligatoirement se parler, les passagers adoptent une attitude spontanée de coopération et d'entraide. Un sentiment de communauté de destin apparaît. Le rituel des procédures de sauvetage, celui des repas servis à heure fixe, avec les mêmes plateaux pour tout le monde, les vins et les alcools, renforcent ce sentiment.

Dans un avion, hormis les trous d'air, rien n'indique le mouvement ; la sensation de déplacement disparaît. Les seules péripéties du voyage demeurent la vie à bord, une micro-société, avec ses rites et ses codes provisoires, se promène ainsi à quelques milliers de kilomètres d'altitude, quelque part dans l'immensité du ciel.

Le caractère anémique présent dans la séquence de « marge » des rites de passage se révèle omniprésent dans le tourisme moderne. C'est un aspect fondamental de l'imaginaire du voyage. L'individu est en situation d'apesanteur dans tous les sens du terme, au-dessus des lois et des contraintes terrestres. Un sentiment d'euphorie accompagne [171] souvent les expériences aériennes (delta plane, parachutisme, etc) ; dans l'avion cette sensation est prise en compte et se traduit par une certaine permissivité tolérée par les hôtesses - pensons à la consommation d'alcool pendant les vols aériens, par exemple. Les quelques compagnies qui interdisent les boissons alcoolisées (Égypt Air, Koweït Air Unes, etc.), ou qui les font payer (KLM, etc.), offrent d'autres facilités comportementales (coin fumeurs, bonbons, cadeaux).

Cela dit, le sentiment d'anxiété favorise une importante consommation d'alcool, chez certains individus. Les médecins des aéroports, les accompagnateurs de voyage et, surtout les hôtesses, connaissent bien ce phénomène. Au-delà d'une pathologie psychologique, ces agissements renvoient à une tendance « dionysiaque », ou transgressive, qu'on trouve dans les rites initiatiques. Quelques éléments favorisent ces comportements « anémiques » : la sensation de partager un moment fort de sa vie avec d'autres (communion), la coupure spatio-

temporelle favorisée par la coquille hermétique que représente l'avion, une sensation d'omnipotence, une affectivité à fleur de peau qui, chez certains passagers, peut même se traduire par des actes violents - à Roissy, quelques hôtesse au sol ont déjà subi des agressions, suite à des retards ou à des annulations de vol.

Une communauté émotionnelle implicite se constitue, peu à peu. On vit sur une règle tacite égalitaire et conviviale. Les gens se parlent dans les aéroports de transit, comparent leurs achats, commentent la disposition et l'architecture des lieux, et ensommeillés, désignent au loin le couple de Marseillais ou de Bordelais avec lesquels ils viennent de disserter sur les vertus respectives des marques d'antimoustiques ou de crèmes solaires. Pendant les transits, on s'efforce d'entretenir l'atmosphère intérieure du vol. De retour à bord, on défait son nœud de cravate ou ses lacets de chaussures, on se met à l'aise sachant que cela « peut se faire » ; on peut dormir, s'étendre, reprendre à boire, autant de gestes anodins et insignifiants [172] qu'on relèverait, s'ils étaient l'œuvre d'un voisin de compartiment dans un train ou d'un voisin de siège dans un bus. Une décontraction de bonne aloi, un rituel du « bien-être », s'observent ; on se met à l'aise, on fait semblant de « faire comme chez soi », on sort ses lunettes, on règle l'éclairage, l'air conditionné, etc. Une part de conjuration de l'anxiété colore ces gestes, un peu comme l'enfant apeuré siffle dans le noir pour se donner du courage.

Certains éléments du voyage sont là pour rassurer ; ainsi la coque protectrice que représente la carlingue, dédramatise l'aspect menaçant de la suspension dans le vide. En effet, la métaphore d'habitacle, de vaisseau fermé, favorise une sensation de protection idéale, d'exclusion des éléments adverses par l'érection d'un mur. Ce « Mur » symbolique va continuer à s'ériger entre « eux » et « nous » dans les villages de vacances. Le fantasme touristique de l'île paradisiaque s'annonce déjà. L'insularité, réelle ou rêvée, constitue la matière première du bonheur vacancier, et l'avion en donne déjà un avant-goût. C'est ce que suggère aussi G. Bachelard quand il analyse l'image de la barque, barque oisive, qui donnerait, selon lui, « une des plus mystérieuses voluptés de la nature », lieu clos, île miniature où le temps « suspend son vol » ²¹⁰. On peut quasiment interpréter tout le tourisme moderne

²¹⁰ G. Bachelard, *op. cit.*, p 178.

en terme d'insularité réelle ou symbolique. « L'être qui sort de sa coquille nous suggère les rêveries de l'être mixte. Ce n'est pas seulement l'être "moitié chair moitié poisson" dit G. Bachelard. C'est un "*être moitié mort moitié vivant*". »

Plus modestement, nous dirons que l'être du voyage aérien est à demi mort d'anxiété et à demi en état d'extase euphorique. C'est un être qui n'est ni d'ici, ni d'ailleurs, il se situe dans l'entre-deux, entre ciel et terre, entre la nécessité de la vie ordinaire et le principe du plaisir, bref, il s'agit d'un individu qui vit - avec délectation - en pleine ambivalence. [173] En somme, c'est le portrait miniature du touriste, un être mixte, ambivalent.

Le voyage et, plus encore, le séjour dans l'appareil-coquille présentent, comme on l'a dit, toutes les caractéristiques de l'isolement loin de la tribu - la phase dite de « marge ». Celle-ci est le lieu de la mue existentielle, mais aussi une période intense et trouble, où les excès sont permis comme derniers soubresauts du « vieil homme » qui meurt en nous. À certaines époques, cela pouvait même s'exprimer par des raids, des vols de bétail ; une violence rituelle était autorisée. On rapporte que les jeunes montagnards suisses, autrichiens ou kabyles s'y livraient sans retenue, il y a à peine un siècle ²¹¹. C'est aussi la période où l'on se déguise, où l'on brouille les frontières des appartenances sociales ou sexuelles. Dans les rites, l'adolescent en se soumettant avec succès aux épreuves initiatiques, gagne un droit à la violence, à la transgression de certains interdits, notamment sexuels. Le nouvel initié a accès aux femmes, il peut voler, se battre, massacrer des animaux domestiques, il peut même tuer un homme d'une tribu ennemie.

L'anthropologie psychanalytique donne quelques clés pour comprendre ces actes. T. Reik explique que la renonciation de l'initié au désir incestueux est compensé par l'accès aux femmes et que le renoncement au parricide se fait en échange d'un droit à la violence ²¹². Les rites sont appréhendés ici selon la grille de lecture oedipienne. Autrement dit, l'attachement à la mère est détourné vers les autres femmes (et aussi vers l'ethnie elle-même ou la nation, qui représente une mère symbolique), alors que l'hostilité envers le père serait détournée vers

²¹¹ R. Christinger, *Le voyage dans l'imaginaire*, Paris, Stock, 1981, p. 75.

²¹² T. Reik, *Le rituel. Psychanalyse des rites religieux*, Paris, Denoël (1919), 1974.

les étrangers. Ce changement d'objets (d'amour et de haine) pourrait expliquer certains comportements [174] xénophobes de touristes, ainsi que le fort attachement au groupe qui caractérise le tourisme organisé.

À l'instar des rites, les vacances offrent un cadre idéal pour maintes transgressions ; statuts et rôles, convenances et interdictions, perdent de leur force. Cet état transitoire explique, en partie, beaucoup d'actes profanatoires qui accompagnent le tourisme moderne.

Une sociabilité phatique

Le tourisme est d'abord une affaire de franchissement de frontières : entre moi et lui, entre eux et nous, entre ici et là-bas. Le passage d'un modèle relationnel à un autre, ou d'un espace-temps à un autre, se fait par le biais de rites. Le rite trace une frontière entre les bons et les mauvais adeptes du voyage et des vacances. L'observance des rites touristiques sépare le bon grain de l'ivraie.

Julian Pitt-Rivers observe que les rites de la société européenne d'aujourd'hui, si nous laissons de côté les rites proprement religieux, sont d'autant plus éloignés d'être compris par leurs participants, que ceux-ci se conforment à leurs prémisses et opposent rituel et rationalité. Se croyant rationnels, ils ne savent pas accepter leurs rituels pour ce qu'ils sont et ils s'inventent donc des justifications, pour eux, plus acceptables. Les rites liés au voyage aérien, et par extension aux vacances, appartiennent d'emblée à ces rituels, qui font l'objet d'une dénégration. Que ces voyages soient l'œuvre d'un individu ou d'un groupe importe peu, dans les deux cas apparaît un certain rituel. Les rites ne sont pas seulement un simple moyen inventé par des cultures pour solenniser des changements relationnels entre individus, comme le passage au statut d'adulte, mais bien un phénomène universel de la culture se conformant toujours au même « schéma » : les trois séquences de séparation, de marge (ou de transition) et d'agrégation, décrites par A. Van Gennep. Le rite est un [175] principe universel et le passage peut être aussi bien collectif qu'individuel.

Nous avons vu qu'un tel découpage chronologique en trois périodes, peut s'appliquer au voyage aérien. Le départ est un moment où un rite transforme l'individu en passager, puis le parcours le prépare à

l'état de touriste. L'arrivée et le séjour sur place peuvent se décrire comme une période de transition, proche de la phase de marginalisation que subit l'initié. Le voyage aérien n'est qu'une partie de toute une expérience se prolongeant par le séjour dans le pays visité et le retour parmi les siens. Cette expérience est traversée de part en part par des rites : l'achat de « souvenirs », les cartes postales stéréotypées, les photographies pour célébrer des rites de souvenirs une fois rentré chez soi, etc. Le monde des vacances abonde en rites de toute nature, y compris dans les relations qui s'établissent entre les compagnons d'un même circuit.

Les « bulles » touristiques se présentent comme des « îles », par la coupure spatiotemporelle qu'elles opèrent, mais aussi par les sociabilités électives qu'elles instaurent comme frontière entre « eux » et « nous ». En effet, il semble qu'à ces trois temps du voyage, on peut adjoindre, quitte à simplifier à outrance, trois types dominants de sociabilités touristiques. Un premier type est constitué par le rituel qui accompagne les départs. C'est un ensemble de gestes et de phrases toutes faites, que rien ne justifie d'un point de vue froidement logique, si ce n'est l'affection qu'on veut manifester à la personne qui part. Les partants - sauf cas d'incapacité physique - peuvent tout à fait porter leur valise, trouver un charriot, prendre un taxi, repérer le comptoir d'enregistrement, etc. Or, tout se passe comme si les accompagnants s'accordent à penser que les partants (ou les arrivants) ont momentanément besoin d'être « assistés ». Ces rites sont une forme relationnelle dérivée des attitudes ordinaires de politesse, lesquelles se présentent comme « allant de soi ». On peut appeler sociabilité phatique, la forme d'interaction caractérisée par la banalité des communications [176] et leur caractère futile et automatique. Les gens se parlent « pour se parler ». Pensons aux propos d'ascenseur, devant un guichet, dans une salle d'attente chez le dentiste, comme aux propos qui émaillent le monde du voyage, à l'aéroport, à la gare ou même à un arrêt de bus. A. Van Gennep estime que ces actes expriment notre « répugnance à briser subitement et absolument le lien durable (famille, amitié) ou temporaire (visite) établi entre les individus »²¹³. Ils nous aident à gravir

²¹³ A. Van Gennep, *Manuel de folklore français contemporain*, 1 (1), Paris, Picard, 1943, p. 112-113.

sans brutalité, palier par palier, le chemin qui nous mène d'une situation connue à une autre, inconnue. Ils ont une fonction de transition.

Ce type de comportements s'observe surtout quand on aborde un milieu nouveau ou inhabituel ; on parle alors d'angoisse du « seuil », sentiment qu'on éprouve devant l'entrée dans les établissements ou les milieux sociaux insolites. On retrouve dans le tourisme organisé ces attitudes sous une forme très codée de rituels d'approche et de ren-contre, comme, par exemple, quand les gens se regroupent autour du guide de voyage, dans l'aéroport. A partir de généralités sur l'heure du vol, la région d'origine, les vaccins, etc., on arrive à une autorévélation réciproque prudente, où les statuts sociaux, les professions, sont es-quivés. On constate ainsi qu'au départ, les distances sociales sont mo-mentanément suspendues. La sociabilité peut évoluer progressivement et donner lieu à la constitution de groupes soudés, de communautés provisoires.

Un second modèle relationnel se met en place, on le qualifiera de « sociabilité communielle ». Nous avons noté, plus haut, que la consti-tution de ce type s'accompagne d'un « flottement » de valeurs, ou d'une vacance des valeurs habituelles. Nous précisons que cette forme relationnelle relève avant tout du domaine affectif et émotionnel.

Il existe également une référence et un usage ludique de la logique de distinction, autrement dit, il existe un jeu sur les [177] appartenan-ces sociétales, sur les identités sociales. Ce jeu, qui offre des gratifica-tions intrinsèques, n'est pas totalement déterminé par la classification sociale extérieure à l'univers clos des vacances organisées. S'il veut « réussir » ses vacances, l'individu devra s'adapter aux jeux sociaux, à la temporalité et aux rythmes mondains.

Ainsi, une logique communielle coexiste avec la logique différen-tielle dans les comportements touristiques. Le mode phatique est adopté quand aucune de ces deux logiques ne s'impose dans un grou-pe, lorsqu'on ne sait pas encore « sur quel pied danser ». Faut-il tu-toyer, ou faut-il vouvoyer ? L'hésitation génère le recours à des postu-res ritualisées. Le rite opère ainsi une sorte d'union des contraires car les deux logiques s'opposent, mais l'une n'exclut pas l'autre.

Résumons notre propos en rappelant qu'une des logiques (*socie-tas*), peut nous éclairer sur le tourisme élitare (ou de compétition

agonistique) tel qu'en parle T. Veblen ²¹⁴. On voit se découper, avec emphase, les rôles et les statuts sociaux avant le voyage, pendant le séjour à l'étranger, et au retour, quand l'individu reprend sa place dans la sphère socioéconomique.

L'autre pôle appelé « communiel » rend compte de l'aspect fusionnel des communautés émotionnelles modernes que sont les groupes de touristes en séjour à l'étranger (l'aspect « antistrukturel », c'est-à-dire quelque peu libertaire et anticonformiste des comportements de vacances : la *communitias* ²¹⁵).

Le rituel de passage comporte avant tout l'institution de limites matérielles, sociales et symboliques destinées à être franchies, mais aussi à bien séparer « eux » et « nous ». Le rite sépare pour mieux agréger.

Françoise Champion et Danielle Hervieu-Leger parlent d'une fonction de « réinvention de l'unité », qui serait l'objectif des groupes religieux - notamment des sectes. Les individus [178] qui participent aux communautés recherchent, en fait, un réenracinement sociétal. Pour les jeunes voyageurs en groupe, il s'agira de s'informer sur ce qui s'écoute comme musique, sur ce qui se porte comme vêtements, etc. L'apprentissage relationnel (de normes générationnelles) se fait en côtoyant ses pairs. Celui-ci a une fonction d'intégration de l'individu à des groupes formés autour d'un âge, d'une sensibilité ou d'un code esthétique communs.

Dans un contexte sociétal de brouillage des repères identitaires, la ré-invention de l'« unité » signifie tout simplement l'incorporation dans une microsociété, dans un style de vie. L'individu va donc chercher du sens, tenter de retrouver une forme d'unité de soi hors de la structure sociale « officielle » (dans les réunions amicales, la bande de jeunes, les groupes de vacanciers, etc.).

Le tourisme peut se lire comme une « thérapie » du lien sociétal, une dénégarion de la division sociale du travail, de l'impersonnalisation des relations humaines dues à la modernité et à l'atomisation sociale.

²¹⁴ T. Veblen, *Théorie de la classe de loisir*, Paris, Gallimard, 1970.

²¹⁵ V. Turner, *Image...*, p. 254.

On peut, en effet, voir dans ces sociabilités l'expression de « rites d'intensification » du lien communautaire. Toutefois, les rites ne visent pas à intégrer le touriste dans une société globale, mais plutôt dans une sociabilité ²¹⁶ particulière. Ces sociabilités, relativement peu structurées, sont à *leadership* variable : les normes y sont souples, l'individu peut papillonner d'un groupe à un autre, sans conflit majeur.

Le tourisme remplit ainsi parfaitement les fonctions socialisatrices des rites de passage. Le touriste, au sens idéal typique, ne fait qu'expérimenter l'« autre » (l'altérité), pour mieux appréhender le « même ».

²¹⁶ F. Champion, D. Hervieu-Leger, *De l'émotion en religion*, Paris, ed. Centurion, 1990, p. 36 (rappelons aussi que M. Weber fut à l'origine de la réflexion sur « les communautés émotionnelles » voir *Économie et société*, Paris, Plon, 1971. p. 478).

[179]

**Imaginaire touristique
et sociabilités du voyage.**

**Troisième partie.
Tourisme et pèlerinage**

Chapitre VIII

Le pèlerinage comme rite de passage

[Retour à la table des matières](#)

Il existe une parenté structurelle du pèlerinage avec cette phase importante des rites de passage, que représente la phase de « marge » (ou « liminaire »), celle où l'initié est isolé de son groupe. Plus qu'une parenté de nature, on peut postuler une similitude formelle qui présente une valeur heuristique indéniable. Nous verrons qu'en définitive, aussi bien le tourisme que le pèlerinage présentent une parenté symbolique avec les rites de passage.

I. LE PÈLERINAGE COMME « PASSAGE »

Les pèlerinages ont une histoire locale, régionale, nationale ou transnationale. Ils naissent et meurent comme n'importe quel phénomène humain. V. Turner, J. Branthomme, A. Dupront montrent bien, entre autres choses, la prolifération des centres de pèlerinages, après la

reprise de Jérusalem par les musulmans. Au sein d'un pèlerinage existent des rites nombreux, comme les attouchements, les circumambulations, les absorptions, les offrandes ou les *ex votos*. Ce ne sont pas ces éléments qui nous intéressent ici, il ne s'agit pas de les [180] décrire avec précision. Au-delà du type « réel », je préfère porter l'attention sur le « type idéal » du pèlerinage, à savoir quelques traits dominants et communs à bon nombre de ces pratiques, quitte à être arbitraire dans leur choix. Karl Marx s'est peu soucié de connaître réellement la psychologie du capitaliste, il s'est contenté de poser le principe selon lequel celui-ci cherche à servir au mieux son intérêt individuel. Il en va de même avec Max Weber, qui pose comme hypothèse centrale le fait que la doctrine calviniste de la prédestination incite l'individu à interpréter le succès de ses entreprises ici-bas comme le signe de son élection dans l'au-delà. Aussi l'idéal type du pèlerin et du pèlerinage que je propose ici n'est-il qu'un portrait stylisé de ces phénomènes relativement complexes d'un point de vue historique.

Psychosociologie du pèlerinage

Le pèlerinage est, selon Alphonse Dupront, « volonté de puissance, collective ou individuelle : dans sa pulsion instinctive d'une marche à l'"ailleurs", le pèlerinage est recherche d'un mieux-être. Cette appétence d'un "plus vital" découvre une volonté de puissance. Puissance d'exister dans un corps sain et de s'affirmer au mieux socialement dans le groupe humain où l'on vit (...) Puissance de se faire étranger à soi-même (...) Puissance enfin (...) de disposer de sa vie. Jusqu'à la vouloir faire immortelle ou bien, le vieil homme dépouillé, régénéré en une "nouvelle naissance". L'auteur ajoute que : "Le pèlerinage apparaît comme l'une des formes les plus totales de l'accomplissement des rites de passage." »²¹⁷. V. Turner abonde dans le même sens, il voit une ressemblance entre le pèlerinage et les rites de passage²¹⁸.

En prenant comme exemple le pèlerinage musulman, on [181] s'aperçoit que le pèlerin, à son retour, s'octroie le titre de Hadj ; il

²¹⁷ A. Dupront, *Le sacré, op. cit.*, p. 414-415.

²¹⁸ V. et E. Turner, *Image..., op. cit.*, p. 254.

confirme ainsi, en se référant aux préceptes de l'Islam, sa piété ²¹⁹. Mais plus encore, il actualise et concrétise une des dimensions des rites de passage, à savoir un changement symbolique de statut social. La dimension d'incorporation et de socialisation, propre aux rites de passage, est ici présente. Évidemment, je ne parlerai pas du protestantisme, qui (les calvinistes notamment) condamne le pèlerinage considéré comme une forme de fétichisme, même si, à l'occasion, les comportements s'éloignent un peu de cette interdiction. (Françoise Lautman montre ainsi comment, en créant le musée du Désert dans le Gard, les protestants français renouent indirectement des liens avec une pratique proche du pèlerinage ²²⁰.)

Cette séquence « liminaire », pour revenir aux rites de passage, se présente comme une étape *between and betwixt*, l'entre deux, le ni l'un ni l'autre, ou ce qui est à la fois l'un et l'autre ; l'indétermination envahit cette séquence et la colore d'une aura dangereuse pour l'individu et le groupe. C'est une phase qui autorise les transgressions et les débordements. Un caractère important singularise cette étape : il s'agit de l'aspect d'« inversion » des comportements qu'on retrouve dans le pèlerinage et les rites de passage. Le pèlerinage, les rites de passage, et le tourisme, sont considérés comme les exacts « inverses » de la vie quotidienne ; on y observe des comportements prenant à contre-pied ceux de tous les jours. Quelques textes, souvent critiques, nous le confirment. Rappelons les diverses condamnations de ces « odieux et inutiles voyages » - expression des humanistes chrétiens du XVI^e siècle. Érasme, Rabelais fustigèrent cette pratique. Ce dernier fait dire à Grandgousier, un des personnages de [182] « Gargantua » : « Allez-vous-en, pauvres gens, au nom du Dieu le créateur, lequel vous soit en guide perpétuel et dorénavant, ne soyez faciles à ces odieux (oiseux) et inutiles voyages ; entretenez vos familles, travaillez, chacun en sa vocation. » ²²¹

²¹⁹ R. Amirou, La Mecque : pèlerinage des « élus », in revue *Espaces*, n° 102, mars 1990.

²²⁰ F. Lautman, Du Désert au musée : l'identité protestante, in revue *Autrement*, n° 115, mai 1990.

²²¹ L. Febvre, *Le problème de l'incroyance au XVI^e siècle. La religion de Rabelais*, 1942, p. 326. [Livre disponible dans [Les Classiques des sciences sociales](#). JMT.]

La pérégrination religieuse est refusée au nom de l'efficacité, car elle est de l'ordre du loisir, de la paresse : à *l'otium* qui caractérise, selon Rabelais, le genre de vie du pèlerin, il oppose le *negotium* auquel doit se consacrer le chrétien (travaillez). De telles critiques n'atteignent pas la virulence de celles des protestants contre le pèlerinage, pour autant leur dureté et surtout leur pérennité n'en sont pas moins réelles. Un catéchisme, rédigé au XVIIIe par l'évêque Berger de Charancy et réédité jusqu'au XIXe siècle et connu sous le nom de « catéchisme de Montpellier », consacre beaucoup de place à énumérer toutes les conditions à remplir pour que ces voyages soient réellement louables et à dénoncer les fausses raisons, qui poussent de trop nombreux pèlerins à se mettre en route (H. Branthomme, p. 264). Durant ces voyages de dévotion émerge en effet « une tentation, un appétit ou une mémoire de saturnale »²²². Le pèlerinage apparaît ainsi comme un lieu de liberté, ou du moins d'allègement des contraintes et des normes ordinaires. Le clergé s'alarme d'ailleurs car : « Les filles en profitent pour faire assaut de coquetterie, parler et rire avec les garçons. Les jeunes gens de villages différents se lancent des défis qui aboutissent parfois à des rixes. On boit et on mange copieusement. À la veillée, on joue, on chante puis on dort pêle-mêle, dans une grange, au revers d'un fossé, parfois dans l'église même... au grand scandale d'un clergé particulièrement rigoriste en matière de morale sexuelle » (H. Branthomme, J. Chelini, p. 266).

Cela dit, il n'est pas question ici de poser comme acquise [183] l'exacte similitude entre le pèlerinage et les rites de passage, uniquement en fonction de leurs caractères « festifs » et transgressifs. V. Turner, pour éviter cet amalgame, préfère parler d'une parenté de structures qui existe entre les deux phénomènes, mais sans qu'il s'agisse d'une identité de nature. Autrement dit, l'initié et le pèlerin, dans leurs comportements réels, ne vivent pas la même épreuve ; cependant, ils se rejoignent quant à la quête du salut qu'ils recherchent à travers ces expériences. Cet aspect mérite une attention particulière. Alors que les rites de passage tendent à effectuer une transformation culturelle, identitaire et sociale de l'individu, le pèlerinage présente un caractère de piété privée. Cependant, la décision de partir vers le sanctuaire sacré transpose une personne de la foi individuelle vers son

²²² H. Branthomme, J. Chelini, *ibid.*, *op. cit.*, p. 237.

équivalent collectif : le pèlerinage est d'abord affaire de groupe, de *communitas*. La dimension sociale est générée par la répétitivité et la pluralité de ces gestes, accomplis par la multitude anonyme. Le social, ou le collectif, évoqué ici, excède le cadre des lois d'une société globale. Les règles de comportements, les normes et les valeurs propres au pèlerinage nous rappellent que la quête spirituelle est aussi la quête d'une sociabilité idéale : la communion des fidèles par la présence au lieu vénéré.

Malgré les encadrements et les rationalisations sociales et ecclésiastiques diverses veillant à structurer, organiser, légiférer et contenir le phénomène du pèlerinage, celui-ci demeure une relation subjective avec un lieu auquel on attribue un « charisme », un pouvoir. Hormis l'attrait constant des grands centres de pèlerinage, un engouement peut naître et disparaître, suivant « l'air du temps », pour ainsi dire. C'est un aspect « capricieux », versatile de la religiosité populaire que les clergés successifs essayèrent, parfois en vain, de domestiquer. La richesse symbolique et communielle des pèlerinages, leur autonomie relative vis-à-vis des liturgies officielles en font des défis pour l'institution religieuse, quelle qu'elle soit.

[184]

La culture « païenne », avec sa dimension dionysiaque et ses connotations égalitaristes, confusionnelles et festives, les rend suspects aux structures officielles de gestion du sacré. Il y a ainsi des dimensions invétérées de populisme, d'anarchisme, d'anticléricalisme même dans l'essence originelle du pèlerinage ²²³. Il peut drainer, selon les époques, des reliquats de nationalisme populaire, de révolte paysanne ou anticoloniale, ou de millénarisme populaire. De nombreux lieux saints, comme certains sanctuaires associés à des religions sont, en réalité, antérieurs à ces dogmes et ont une origine indéterminée. La Mecque était lieu de dévotion bien avant l'Islam. C'est aussi le cas de Jérusalem. Ces sites vénérés à cause de croyances anciennes - telles celles liées aux sources, aux grottes et à certains accidents de la nature - sont ainsi rattachés au domaine d'une religion, par le biais des pèlerinages.

²²³ A. Dupront, *Tourisme et pèlerinage. op. cit.*, p. 112.

L'homologie structurale entre le pèlerinage et les rites de passage s'entrevoit à différents moments. Le terrain commun aux deux processus s'exprime par le même mouvement d'isolement du monde profane, une homogénéisation des statuts, une simplicité dans le comportement et l'habillement, un idéal de *communitas* et un ressourcement dans les valeurs originelles de la religion communautaire.

On prête à tort un caractère rigide, contraignant et obligatoire au pèlerinage, ce devoir religieux était souvent rempli d'une façon plus souple qu'on ne l'imagine. Rappelons l'existence du pèlerinage par procuration - le fait de payer quelqu'un pour effectuer à notre place ce rite religieux - et aussi la prolifération de pèlerinages, notamment au Moyen Age, du fait de la multiplication de reliques censées provenir d'un lieu sacré ou appartenir à tel ou tel saint. Cette prolifération instaure une sorte de compétition entre les sanctuaires « à la mode » et les autres ²²⁴.

[185]

Pèlerinages et voyages

Les pratiques religieuses modernes entrent, selon les classifications des sociologues, dans la rubrique des loisirs. Aussi le rapprochement avec les rites de passage peut-il paraître déplacé, tant ces derniers sont perçus comme « une affaire sérieuse » et déterminante par opposition aux vacances et aux loisirs. Cependant, cette opposition n'est pas toujours justifiée, car le loisir et les vacances sont toujours empreints d'un certain « sérieux ». L'entraînement, l'apprentissage, le savoir-faire, l'investissement financier et émotionnel font que la « réussite » et la qualité des loisirs deviennent un but aussi important que la vie professionnelle (du reste, certains loisirs, qui demandent un apprentissage réel et assidu, se transforment quelquefois en profession). L'injonction productiviste et prométhéenne de « réussir nos vacances » nous poursuit et façonne nos instants de détente ²²⁵.

²²⁴ V. Turner, *The ritual process, structure and antistructure*, Londres, Routledge & Kegan Paul, 1969, p. 253.

²²⁵ J. Baudrillard, *La société de consommation*, *op. cit.*, p. 238-252.

On pourrait penser que dans les sociétés préindustrielles, les notions de loisir et de travail sont inconnues, que les rites de passage se présentent comme un fait total engageant toute la communauté, contrairement aux pratiques de pèlerinage (et du tourisme), qui entrent dans la sphère des loisirs et n'engagent pas la société en tant que totalité. Il est vrai qu'il n'existe pas une institution, ou un groupe de gens, chargés de transmettre directement un modèle culturel aux touristes, ou au pèlerin. Encore que divers travaux, comme ceux de T. Veblen, montrent comment, dans le tourisme, des modèles de comportement préexistent à l'individu qui tente de les « copier » - comme c'est le cas dans les rites de passage. Le pèlerinage reste un choix libre dans son principe, même s'il est « codé » et ritualisé dans son accomplissement.

L'histoire du pèlerinage nous informe, du reste, des déplacements [186] de signification ou de fonction à l'œuvre dans certains pèlerinages. Les auteurs de la citation qui suit, parlent des mutations que subissent les pèlerinages au XIV^e et XV^e siècle, en Occident : « La piété n'était pas à l'origine de tous ces pèlerinages : les "vicaires" qui, moyennant un salaire, remplaçaient des chrétiens, empêchés de partir, étaient nombreux ; ils cheminaient aux côtés des criminels, plus ou moins sincèrement repentis, que leurs juges dépêchaient à Compostelle ou Rome. Ils résistaient mal aux tentations qu'ils rencontraient en chemin et contribuèrent à la détestable réputation des "coquillards". Moins redoutables mais à peine plus fervents, des pèlerins se comportaient en touristes avant la lettre quand ce n'était pas en aventuriers mondains. » ²²⁶

L'univers du pèlerinage est plus complexe et contrasté, et moins contraignant qu'on ne le pense : « L'engouement pour les pèlerinages, des chrétiens des siècles du haut Moyen Age fut très grand. La dévotion pure, la quête des reliques, la recherche des miracles ou la volonté de pénitence firent naître de véritables mouvements de foule. Mais, par ailleurs, le pèlerinage était rentré dans les habitudes sociales et tout déplacement tendait à prendre l'allure d'un pèlerinage, dans la mesure où la route était jalonnée de corps saints » (J. Branthomme, J. Chelini, *op. cit.*, p. 149). Ainsi tout déplacement devenait pèlerinage.

²²⁶ H. Branthomme, J. Chelini, *Les chemins de Dieu, op. cit.*, voir sur les condamnations du pèlerinage p. 231-234, et sur les pèlerinages par procuration p. 215 et 228.

Était-il prétexte à pèlerinage, dans la mesure où les gens faisaient des détours pour aller se recueillir devant une relique, ou était-ce le pèlerinage qui était prétexte au déplacement ? La réponse est nuancée. Décrivant les pèlerins du haut Moyen Age, du VIIe au Xe siècle, les auteurs notent que : « Tout chemin, tout voyage, toute expédition, pour peu qu'ils rencontrassent des corps saints - et ils avaient de plus en plus de chances de le faire - se transformaient en pèlerinages pour ceux qui les entreprenaient. Dans la mesure où la dispersion [187] des corps saints et la multiplication des reliques n'avaient pas tué le pèlerinage, elles le stimulèrent. Le pèlerinage devint voyage et le voyage pèlerinage, dans cet univers où le sacré envahissait tous les gestes et tous les lieux de la vie. Mais la mutation des cœurs s'opérait-elle toujours en profondeur ? L'ardeur à visiter les corps saints poussait-elle les chrétiens à s'efforcer d'imiter les vertus des mêmes saints, la piété du pèlerin protégeait-elle le voyageur des risques du chemin ? » (ibid., p. 150). Au passage, on observera que si on remplace « corps saints » par « populations pauvres » ou par « pays du Tiers Monde », on retrouve les mêmes inquiétudes concernant le tourisme dans le Tiers Monde.

Ainsi la motivation religieuse n'excluait-elle pas des motifs plus profanes. La frontière entre voyage laïc et pèlerinage n'était pas aisée à tracer. Cependant, les buts proclamés en référence à une théologie précise ne nous concernent pas directement. L'important ici est de constater la perdurance de cette forme de voyage, son caractère « transgressif » et l'écho qu'elle suscite encore dans l'imaginaire collectif. Perdurance qui se manifeste, *a contrario*, par la condamnation du « pèlerinage, ce voyage oisif » d'un côté et l'engouement pour ces pratiques de l'autre. Voltaire est catégorique, il dénonce : (...) « cet empressement d'aller visiter les lieux lointains, pour y obtenir du Ciel des secours qu'on peut mieux trouver chez soi par de bonnes œuvres et une dévotion éclairée. En un mot, les courses de cette espèce ne sont plus faites que pour des coureurs de profession, des gueux qui, par superstition, par oisiveté, ou par libertinage, vont se rendre à Notre-Dame de Lorette, ou à Saint-Jacques de Compostelle, en Galice, en demandant l'aumône sur la route » ²²⁷.

²²⁷ Voltaire, *Œuvres complètes*, Ed. Besterman, t. 82, p. 533.

Perdurance ne veut pas dire forme sclérosée. Il existe une dynamique du pèlerinage attestée par l'histoire, une manière de s'adapter aux siècles et aux époques. Il faut souligner ici la [188] dilution progressive de l'alibi religieux, qui se transforme en motivation touristique avant l'heure.

La référence à G. Simmel nous permet de clarifier notre propos. L'auteur cite le cas des confréries chevaleresques du haut Moyen Age allemand constituées de familles patriciennes liées d'amitié. Il constate que les buts religieux et les pratiques de ces corporations semblent s'être perdus assez tôt, « car au XIV^e siècle ce sont les intérêts et les comportements chevaleresques qui représentent ce qu'il est resté de spécifique quant au contenu. Très bientôt, tout cela disparut à son tour. Il ne subsista plus que des associations purement sociables de couches aristocratiques. C'est avec elles que la sociabilité se développa manifestement comme le résidu d'une ancienne société déterminée par son contenu - un résidu qui, parce que le contenu s'est perdu, ne peut subsister que par la forme et par les formes d'une existence commune et solidaire. Que la persistance autonome de ces formes ne puisse faire voir que l'essence interne du jeu, ou plus profondément de l'art, on peut le constater clairement à propos de la société de cour de l'Ancien Régime » ²²⁸. Cela nous aide à mettre en évidence les déplacements d'objets et de buts perceptibles dans le pèlerinage.

Les grands pèlerinages musulmans ou chrétiens du Moyen Age se présentaient comme un mélange de motivations profanes et de motivations religieuses. Les commerces, les activités de loisir, les fêtes et foires se développaient sans contredire le principe du pèlerinage autour des sanctuaires. Le phénomène du pèlerinage témoigne ainsi de la capacité des individus à intégrer les choses profanes sans se renier. Le pèlerinage transcende les contraintes séculières et s'introduit d'emblée dans le cœur de ce qui fait la mémoire collective, à savoir la religion comme vision globale du monde, comme « superstructure » et comme expression de l'imaginaire collectif. [189] De par son extériorité et son poids symbolique, il oriente également et légitime les comportements de mobilité des individus et des groupes.

Les pèlerinages furent l'unique moyen, pour des milliers de gens, de sortir de leur région natale, et de leurs conditions, du moins mo-

²²⁸ G. Simmel, *Sociologie et épistémologie*, Paris, PUF, 1981, p. 134.

mentanément. Pour que le manant quitte sa terre et son seigneur, il fallait une raison impérieuse et socialement admise. Le corpus religieux allait fournir une justification idoine : la nécessité d'aller pèleriner pour sauver son âme (actuellement, c'est en invoquant la légitimité d'un certain « souci de soi » et l'adhésion à une « culture de la personne », collectivement valorisée, que l'individu rompt les amarres avec son univers familier pour se mettre « en vacance »). La féodalité, qui usa aussi du même corpus de justifications et de valeurs - mais à d'autres fins - ne pouvait s'opposer, sans se contredire, au discours légitimant la mobilité des serfs. En cela, le pèlerinage renferme une dimension contestataire. La mobilité spatiale des individus a toujours inquiété les pouvoirs établis. D'autant plus que les cultes rendus à des lieux consacrés sont l'œuvre de groupe de personnes qui cheminent en procession, constituant ainsi des foules potentiellement menaçantes. Quant au pèlerin solitaire, il ne fait que revivre les moments forts des communautés qui ont adoré le sanctuaire avant lui, il remet ses pas dans les traces de milliers de ses semblables venus à l'endroit sacré en quête d'un miracle, d'une guérison, d'un salut personnel ou collectif. Une tradition de voyage s'est ainsi constituée en s'inspirant des formes préexistantes de migration. Celles à but religieux gardent une efficacité symbolique prégnante, une légitimité encore perceptible dans le pèlerinage moderne. Cette légitimité, concrétisée jadis par l'aide, le soutien matériel et psychologique que recevaient les pèlerins de la part des populations qui les accueillaient, est d'abord expression collective d'une société qui veut favoriser ainsi toutes les manifestations d'actualisation et de célébration de ses fondements mythico-religieux. Le pèlerinage n'est pas, évidemment, le [190] seul vecteur d'autocélébration sociétale, le tourisme moderne en est un autre.

En somme, quand bien même le pèlerinage ne toucherait qu'un nombre limité de personnes, il détient une position prédominante dans l'imaginaire des voyages, et, surtout, il dénote une fonction certaine de socialisation. Le voyage, qu'il soit pèlerinage ou tourisme, draine toujours un fantasme de mue identitaire (de départ pour « ne plus revenir », c'est-à-dire de revenir mais « autre »). Pour cette raison, il demeure ancré dans l'imaginaire collectif comme un fait bénéfique pour l'individu et la société.

De même, de nos jours, bien que le tourisme ne soit le fait que de quelques groupes d'individus (rappelons que bon nombre de Français

n'ont jamais pris l'avion de leur vie), tout le monde en rêve. Le but ou l'alibi religieux n'est plus nécessaire pour voyager, mais l'écho renvoyé par les images liées aux errances diverses nous situe immédiatement dans une forme qui a profondément façonné les deux modes de migrations humaines : les rites de passage.

Cela dit, les rites de passage offrent un caractère complexe, fait de traits ludiques et de solennité, de sérieux et de frivolité ; les danses avec des masques, les devinettes, les blagues et les rites d'inversion côtoient les récits du mythe fondateur de la communauté, avec parfois, comme le note Victor Turner, un rappel des exploits érotiques et des actes obscènes accomplis par les ancêtres ²²⁹. Une permissivité exceptionnelle caractérise ces rites. Une fois ceux-ci accomplis, les règles morales reprennent le dessus, la séparation entre les sexes et entre les classes d'âge redevient la norme. Bref, la logique différentielle reprend son cours.

Il reste à comprendre le ressort interne de ces pratiques, notamment dans le pèlerinage, car, à la lecture de critiques ecclésiastiques adressées à certaines formes de pèlerinage, il [191] semble que les mêmes phénomènes, que l'on englobera sous le terme générique de transgression, apparaissent. V. Turner cite le cas du pèlerinage de Bom Jesus da Lapa, à Bahia, au Brésil où l'on observe un mélange de « sérieux » et de « frivolité », de comportements festifs et mercantiles. On y constate un développement rapide du nombre de stands commerciaux, qui passent, en deux mois, de 5 à 346.

V. Turner mentionne aussi les bars et les cabarets qui occupent les pèlerins. Les gens qui voyagent pour prier ensemble devant le sanctuaire, s'amuse aussi ensemble entre deux intervalles religieux. L'analyse du pèlerinage se doit d'inclure ces phénomènes non ritualisés dans son domaine, aussi bien que les actions liturgiques ou symboliques. Au demeurant, comme le note A. Dupront, le pèlerinage permet temporairement de : « Vivre l'état d'exception hors toutes limitations, interdits, conformismes habituels. L'histoire du pèlerinage au XVIII^e siècle égraine de nombreuses interventions répressives de la hiérarchie - on en trouve aussi au XIX^e siècle - supprimant les pèlerinages pour scandales et abus. Soit la débauche collective de la fête, la foire ou la kermesse compléments libérateurs du pèlerinage, soit les

²²⁹ V. Turner, *ibid*, p. 35.

libertés sexuelles, etc. » ²³⁰ Un caractère licencieux est attesté dans certains pèlerinages modernes. On peut citer l'exemple du pèlerinage à Khajuraho, en Inde, où d'étonnantes sculptures attirent touristes et pèlerins ; les reliefs sculptés, qui ont un caractère explicitement sexuel, pour ne pas en dire plus, sont célèbres dans toute l'Inde. Quand on connaît le puritanisme hindou, on reste étonné devant ce phénomène (le baiser est interdit dans les films). Cependant, les pèlerins hindous n'y voient aucun problème. Cette permissivité est expliquée par les Indiens en référence à leurs traditions en matière d'érotisme sacré (Kama-Sutra). Nous ne nous attarderons pas sur la signification de ces reliefs et sur ce que certains appellent déjà le porno-kitsch, du fait de la récupération [192] de ces phénomènes religieux par une logique consummatrice ²³¹.

Notre but ici est tout simplement d'insister sur la dimension transgressive apparente dans ce pèlerinage. Un autre exemple est celui de Saint-Besse, lieu de pèlerinage aux confins du Val d'Aoste et du Piémont, situé à 2 647 m d'altitude. Chaque année, le 10 août exactement, les habitants de cinq paroisses - dont quatre appartiennent au Piémont, la cinquième étant la petite ville de Cogne - se réunissent en ce lieu pour prier. Du moins, essaient-ils, car entre les pèlerins venant de Cogne et ceux arrivant du Piémont, est apparue une rivalité de préséance pour honorer le saint. Il n'est pas rare que cela dégénère en bataille rangée : l'honneur d'accéder le premier au sanctuaire se gagne à coups de couteau, relève Robert Hertz ²³², en 1912.

Un autre fait à signaler et que l'on retrouve aussi bien dans les manifestations religieuses que dans les rites de passage, est ce qu'on peut qualifier de rites d'inversion. A. Van Gennep, comme je l'ai déjà signalé, a montré leur rôle dans les rites de passage. Edmund Leach ²³³ a également décelé dans les séquences de rites calendaires - Nouvel

²³⁰ A. Dupront, *Le sacré*, op. cit.

²³¹ N. Ichaporia, Tourism at Khajuraho, an Indian Enigma ?, in *Annals of Tourism Research*, vol. 10, 1983, p. 75-92. V. Volli, Pornography and porno-kitsch, in Kitsh, *The world of bad taste*, Gillo Dopfles (éd.), New York, Bell, 1969, p. 224-250.

²³² R. Hertz, *Mélange de sociologie religieuse et de folklore*, Paris, Alcan, 1928 ; nouv. éd., Paris, PUF, 1970, p. 110-159. [Livre disponible dans [Les Classiques des sciences sociales](#). JMT.]

²³³ E. R. Leach, *Critique de l'anthropologie*, PUF, 1968, p. 210-230.

An, carnaval, saturnales - des attitudes d'inversion, de renversement hiérarchique, de transgression et de sacrilège. Tout cela renvoie à la notion de religion populaire qui fonde et donne corps aux pèlerinages. Par religion populaire, on entend simplement une absence de corps doctrinal, de clergé, la présence d'une immanence au divin, la non-différenciation du sacré et du profane et l'importance accordée à la *communitas*. La communauté pèlerine cherche un salut commun, comme groupe, comme *communitas*. [193] Elle se vit comme éprouvée, testée par la divinité. Cela étant, elle joue sur deux logiques. Elle est une *communitas* où statut et hiérarchie sociale s'estompent, où un rêve de communion se fait jour, mais aussi où la division sociale du travail constitue la toile de fond. Cela explique la présence des rites d'inversion, qui peuvent être perçus comme une dénégation stylisée des inégalités et des différences sociales. Il ne peut y avoir rites d'inversion, en effet, que si la subversion de l'ordre n'est pas la fin recherchée par les pèlerins, lors des processions joyeuses et carnavalesques. Les rites sont ainsi un exutoire à la contestation radicale. Comme le rappelle Max Gluckman ²³⁴, le rite doit trouver sa catharsis en lui-même ; il est un régulateur, non un agent de transformation. Le carnaval donne une idée de ces phénomènes.

Les rites n'apparaissent que dans une communauté liée par un consensus fort sur ses valeurs. Le fait qu'ils apparaissent dans des communautés paysannes ou au sein de groupes fortement imprégnés de croyances populaires, n'est pas un fait anodin. En effet, c'est dans ce type de contexte que s'expriment le mieux les sentiments de solidarité familiale, professionnelle ou de voisinage. Aussi, les rites de rébellion ne se rencontrent-ils guère que dans une communauté stable et homogène. Cette homogénéité n'est pas forcément une réalité tangible, elle demeure un objectif lointain et un idéal collectif. Les rites d'inversion, observables également dans la phase liminaire des rites de passage, nous rappelle l'existence d'une logique communielle, qui fait que dans le pèlerinage ou le tourisme de groupe, un idéal de communis se fait jour - idéal qui s'observe aisément chez les jeunes gens en voyage.

²³⁴ M. Gluckman, *Order and rebellion in tribal Africa*, Londres, Cohen & West, 1971

Les possessions et les transes s'expliquent bien, si on les intègre également dans un double mouvement de différenciation et de communion. Ces comportements sont en effet l'occasion de conjurer, en les théâtralisant, les inégalités [194] sociales et les conflits. On renforce ainsi le sentiment d'appartenance à une société globale par la contestation rituelle des différences de rôles et de statuts. On trace les frontières entre groupes, entre « eux » et « nous », tout en les transgressant de manière ludique. Une étude sur le carnaval brésilien confirme ces faits ²³⁵. On observe ainsi, pendant ces séquences rituelles, l'émergence d'un désir de vivre dans une communauté plus fusionnelle, peu différenciée. La coexistence des deux logiques explique l'ambivalence, entre un pôle agrégatif et un pôle agonistique, qu'on constate durant la phase liminaire des rites de passage. Ceux-ci ne constituent pas seulement une opération d'agrégation des individus et de célébration de la différenciation sociale, ils revivifient aussi une nostalgie communuelle, une manière de rejouer le lien social en faisant table rase, du moins ludiquement, des cloisonnements hiérarchiques. Cette dichotomie se retrouve aussi bien dans le tourisme et le pèlerinage que dans les rites de passage.

II. ASPECTS RITUELS DU PÈLERINAGE

[Retour à la table des matières](#)

Dans tout pèlerinage, il n'est pas toujours facile de savoir si on a affaire à un touriste, à un pèlerin, ou à un adepte du tourisme religieux. Les comportements des pèlerins autour des lieux sacrés sont néanmoins considérés comme relevant du domaine du pèlerinage, même si leurs aspects « profanes » peuvent suggérer le contraire. Il est clair qu'une coloration commerciale atteint les environs immédiats des sanctuaires. Les magasins, les centres commerciaux, l'industrie hôtelière et de loisirs et les manifestations laïques diverses ne doivent [195] pas nous induire en erreur, ces phénomènes doivent être intégrés dans le phénomène du pèlerinage.

²³⁵ P. R. Pessar, Ritual of antithesis the transformation of a Brazilian curing ritual, *Social Analysis*, 1, 1979, p. 20-33.

Les rencontres annuelles de Paray-Le-Monial, en Saône-et-Loire, pour honorer sainte Marguerite-Marie offre une illustration de ce fait. Ce pèlerinage est né en 1813, année où le pape Pie IX accorde sa bénédiction aux pèlerins qui s'y rendent. Actuellement, les rassemblements de croyants se font en sessions organisées autour de thèmes divers tel que le festival d'art chrétien (le magnificat) où danse, théâtre, negro-spirituals, nuit du piano, exposition d'icônes, vente de livres et conférences, cohabitent avec les prières « d'adoration » dans la chapelle de la Visitation, prières qui durent pour certains croyants toute la nuit. L'aspect festif de ce pèlerinage, issu du mouvement du « Renouveau charismatique », se manifeste par la tenue de messes en plein air où les gens « se donnent la paix », s'embrassent, se tiennent la main et expriment leur foi par leurs gestes (« bras ouverts devant toi Seigneur »), en chantant les bras ouverts.

Les jeunes assis sur l'herbe ne diffèrent guère de ceux que l'on peut remarquer dans les concerts « laïcs ». La foule bigarrée qui accomplit ce pèlerinage - appelé simplement festival chrétien - comprend aussi bien les punks arborant le signe de l'Antéchrist que des bigotes de village. La croyance au miracle est très forte ; aux dires de certains habitués de la cérémonie, un phénomène unique s'y produit par « grâce divine », à un moment de la messe : les gens parlent soudainement chacun une langue différente. Cette partie de la cérémonie religieuse est appelée le « chant de langues ».

Un état d'esprit

Cette anecdote serait sans intérêt si elle ne rentrait pas dans le cadre descriptif du pèlerinage comme totalité sacralisante. Comme le dit, avec son style particulier, [196] A. Dupront ²³⁶ : « Quiconque vient à Lourdes est pèlerin. Règne d'une tyrannie collective inconsciente ? Peut-être, mais surtout, nature même des choses. Qu'ils participent ou qu'ils refusent, visiteur ou passant sont des pèlerins. Laissons à des intellectuels suffisants la fiction d'objectivité : il n'y a pas d'objectivité sûre là où crée l'âge panique du collectif. On ne saurait

²³⁶ A. Dupront, *Du sacré, op. cit.*, p. 341.

distinguer, et de l'extérieur encore, qu'entre pèlerins individuels et pèlerins en groupe. »

On peut nuancer ce propos. Un prêtre reconnaît que la démarcation n'est pas simple entre le touriste et le pèlerin, car seule la motivation d'origine semble différencier nos deux protagonistes. Le pèlerin qui, hier, traversait pédestrement la France pour gagner Saint-Jacques de Compostelle, n'entretient plus la rigueur ascétique qui caractérisait sa démarche. Il préfère aujourd'hui profiter des facilités d'un environnement et d'un hébergement agréables.

R. Aucourt, religieux et professionnel du tourisme, nous invite à une expérience qu'il juge éclairante : « Prenez un *Guide Vert* de la Bourgogne, supprimez toutes les pages concernant un monument religieux important. Que reste-t-il ? Les châteaux avec leurs très belles... chapelles. » ²³⁷

On constate aussi l'émergence d'une nouvelle catégorie de « pèlerins d'un jour », des gens de passage ou en vacances dans une région, et qui font un détour pour visiter un site de pèlerinage. Ces visiteurs sont-ils pèlerins ou sont-ils touristes ? Comme le remarque, avec humour, ce prêtre, « nous pouvons constater facilement que les touristes d'un car qui s'arrête sur la place d'un village prennent nécessairement trois directions : les toilettes, le bar et... l'église, même "s'il n'y a rien à voir" ». Les enquêtes sur les sites les plus visités en France nous apprennent que les édifices religieux (Notre-Dame de Paris, le Sacré-Cœur, etc.) reçoivent autant de visiteurs [197] que le musée du Louvre, le centre G. Pompidou ou Versailles. L'auteur remarque également que les pèlerins, à l'instar de n'importe quels touristes, se soucient de « l'ambiance », d'« un certain bonheur » à vivre à l'intérieur du groupe. Toutes les études menées pour comprendre les motivations des visiteurs des sites de pèlerinages font ressortir qu'il existe un « mélange de l'acte religieux pur et du tourisme » (enquête de l'ARS - Association des recteurs de sanctuaires, 1983). Ce qui n'est pas pour décevoir certaines villes, comme Nevers, qui veulent justement "faire du pèlerin un touriste ». ²³⁸

²³⁷ R. Aucourt, Pèlerins, touristes ou touristes religieux ?, in revue *Espaces*, n° 102, mars 1990.

²³⁸ J. Ropiteau, Nevers : faire du pèlerin un touriste, in *Espaces*, n° 102.

Une donnée anthropologique

On ne peut donc penser séparément les phénomènes hétérogènes observés pendant le pèlerinage, on ne peut les disjoindre en terme de visite touristique et visite « dévote ». La multitude de visages qu'offre ce phénomène religieux ne doit pas nous inciter à découper l'objet en plusieurs thématiques liées à des savoirs différents. Quand bien même on s'attarderait sur l'histoire et la singularité de certains d'entre eux, les pèlerinages peuvent être globalement décrits comme ayant des configurations communes. Ces traits redondants, tels que les ont perçus les historiens des religions, constituent un « idéal type ». Le pèlerinage peut être considéré comme fait universel. L'histoire de l'humanité est riche de ces visites entreprises vers un lieu sacré. L'Égypte, la Grèce antique, Israël, le monde de l'Islam et l'Asie abondent de lieux consacrés à la dévotion et à la vénération des entités divines. De Jérusalem à Rome, de Saint-Jacques-de-Compostelle à Lourdes, le catholique a de quoi assouvir ce besoin pérégrin. On ne peut se livrer à un inventaire de ces lieux. Contentons-nous [198] de noter que « la massivité de l'inventaire impose l'existence de lieux sacrés et de pèlerinages qui les peuplent comme donnée quasi universelle d'une anthropologie religieuse » (A. Dupront).

L'imaginaire du pèlerinage est d'abord épreuve de l'espace. Les papes encouragèrent d'ailleurs le voyage de Rome par l'octroi d'indulgences dont l'importance était proportionnée au chemin parcouru. Entre autres rites requis, la circumambulation, donne une idée de ces épreuves physiques. Au pèlerinage de sainte Begge, qui se fait à Andenne (Belgique) ²³⁹, les hernieux adultes devaient tourner trois fois en rampant autour d'un pilier. L'espace imparti n'excédant pas soixante centimètres, cet effort est pénible pour les pèlerins de corpulence importante (actuellement, ce pèlerinage est fait pour la santé des enfants). Au pèlerinage de Nivelles, il faut se glisser entre un mur et une colonne pour atteindre la chapelle dédiée à sainte Gertrude (sanctuaire mérovingien - l'édifice actuel est d'époque romaine). Au pèlerinage de

²³⁹ J. Roussel, *Histoire des pèlerinages*, op. cit., p. 52 (remerciements à Martine Zanelli-Blanchoin pour ses précieux renseignements concernant Andenne).

saint Walthère, à Onhaye, les fidèles s'évertuent à passer sous la chaise. Dans une localité allemande, vénérable pèlerinage bavarois, les jeunes gens et les jeunes filles qui désiraient honorer le saint (Léonard) devaient faire preuve de force musculaire : ils devaient manipuler six grandes figures de fonte qui étaient conservées dans un hangar attenant à l'église. La plus lourde pèse 110 kg. Une adroite manœuvre assurait au pèlerin une santé parfaite sur l'année.

Le vocabulaire définit souvent le pèlerinage par l'acte qui doit être accompli en terme du voyage. Ainsi Hag, dont la racine sémitique (hadj en arabe) désigne la circumambulation réalisée par les pèlerins musulmans autour de La Mecque, désigne aussi un travail sur soi, un dépassement de soi. On retrouve la même idée dans le *henro* japonais, qui dit le « cheminement, [199] ce travail sur soi qu'impose la route » (A. Dupront, *Le sacré*, p. 369). Cette vision du pèlerinage se retrouve dans le terme latin de *peregrinus*, qui désigne « l'étranger, celui qui vient d'ailleurs et qui n'appartient pas à la société autochtone établie et d'autre part celui, par la force inlassée du préfixe, parcourt. En sous-jacence l'espace, et, dans cet espace une mutation vécue « (...) Mutation qui s'accomplit dans l'acte pèlerin même. Cette pérégrination ascetica..., d'origine monastique, synthétise cette naissance de l'autre, création de l'étrangeté, sur les chemins. Toujours ce mythe de la nouvelle naissance à l'œuvre » (A. Dupront, *ibid.*, p. 370).

Quels que soient les termes utilisés dans diverses aires civilisationnelles, la marche vers un « ailleurs » physique et spirituel, contenue dans la notion de pèlerinage, suggère inmanquablement une expérience transformante, extraordinaire, du fait seul de se retrouver sur un lieu. Un trait d'héroïsme transparaît ainsi, héroïsme de groupe qui se meut, déjà « élu », vers un lieu sacré, et héroïsme de l'individu affrontant l'espace et son ancien moi. L'aller pèlerin est ainsi un départ vers un ailleurs qui rend « autre ». La parenté avec les rites de passage se profile à l'horizon et se confirme encore. L'amélioration des conditions de transport n'a pas mis fin à la mémoire de l'affrontement à la distance. « Faire la route », des heures de train ou d'avion rentrent dans la catégorie de franchissement contraignant d'espaces. Le pèlerinage s'exprime à travers l'histoire comme exercice de puissance, mais aussi comme quête d'une autre puissance : de santé, de procréation, de longévité, de bonheur. Une émulation spirituelle est attendue par le

pèlerin. Le pèlerinage apparaît ainsi comme un rite de nouvelle naissance.

L'espace pèlerin peut se subdiviser soit en lieu choisi en fonction de son aspect pittoresque, son aspect grandiose et écrasant ; soit en lieux marqués par l'histoire religieuse ou par un caractère eschatologique, avec sa connotation de « lieu d'éternité ». Le même découpage de l'espace se retrouve dans [200] l'espace touristique ; une similitude et un mélange du sacré et du touristique se lisent dans certains lieux, dont l'origine électorale se perd dans la nuit du temps. L'adoration des sources et des fontaines sont pèlerinages qui perdurent encore de nos jours.

Le thermalisme offrait déjà ce mixte de sacralité et de laïcité, en Grèce antique. Les pèlerinages aux grands sanctuaires et la participation aux fêtes religieuses et sportives panhelléniques, principale forme de tourisme de cette époque, illustre la fusion des deux phénomènes. R. Duchet ²⁴⁰ pense que c'est surtout la foi religieuse qui conduit les malades vers les sources où se manifeste la toute puissance des génies et des dieux. « De bonne heure, ces fontaines, dont les eaux jaillissantes, laissent une saveur spéciale et dégagent une odeur étrange, excitent l'imagination populaire et inspirent le respect. Les guérisons qu'elles suscitent accentuent encore leur caractère sacré, élargissant leur renommée, et rendent plus fervente la gratitude des hommes. » Il n'existe aucune gratuité dans l'aller pèlerin. Une volonté d'accomplissement sous-tend ce geste. Le pèlerinage doit porter fruit. Si le touriste donne l'impression de papillonner, d'errer de façon désordonnée, l'univers pèlerin est *tension* à maintenir, c'est-à-dire espace à franchir et espace intérieur à transmuier. Cela dit, une forme commune englobe le déplacement religieux ou laïc : la disponibilité mentale, l'acceptation de ce qui peut advenir et l'ouverture à ce qui survient, bref, la vacuité, le vide mental où passe le monde. A. Dupront pense d'ailleurs que ce qui est commun au touriste et au pèlerin, c'est la vacuité, la vacance, la disponibilité mentale, l'ouverture à ce qui survient, « un vide actif où passe le monde ». « Ainsi tant pèlerinage que tourisme sont créateurs d'un "médium" mental, perméable, où les voies de la

²⁴⁰ R. Duchet, op. cit., p. 35. Voir aussi S. Bonnet, *Histoire de l'ermitage et du pèlerinage de Saint-Rouin*, Bar-le-Duc, inpr. Saint-Paul, 1956, p. 59, cité par F. A. Isambert, *Le sens du sacré*, op. cit., p. 10.

connaissance et de la participation [201] sont différentes de l'expérience quotidienne », constate-il ²⁴¹.

Cette « vacuité » est proche de l'état mental que l'on retrouve dans le jeu ; la notion d' « espace potentiel », notion utilisée par D. Winnicott, est à même de donner un sens à ce qu'observe A. Dupront, d'autant plus qu'il est admis que les rites, en général, contiennent une dimension ludique. L'idée de forme, telle que la définit G. Simmel ²⁴², rend bien compte de ce phénomène. L'attitude mentale, qui a trait au sentiment religieux, même si elle a son siège dans un psychisme individuel, est une aptitude collective, estime G. Simmel.

Le pèlerinage se présente comme une manière de cristallisation synthétique des attitudes induites par l'histoire des migrations humaines ; cristallisation attitudinale qui n'exclut aucunement une capacité de s'adapter, pour l'individu ou la communauté, à des formes et à des exigences nouvelles de la vie.

[202]

²⁴¹ A. Dupront, in *Communications*, n° 10, *op. cit.*, p. 105.

²⁴² G. Simmel, *Epistémologie et sociologie*, *op. cit.*, p. 134.

[203]

**Imaginaire touristique
et sociabilités du voyage.**

Quatrième partie

L'identité en vacances

[Retour à la table des matières](#)

[204]

[205]

**Imaginaire touristique
et sociabilités du voyage.**

**Quatrième partie.
L'identité en vacances**

Chapitre VI

Les sociabilités de vacances

[Retour à la table des matières](#)

Le tourisme serait, selon Dean Maccannell, un phénomène moderne propre à des sociétés fragmentées, il serait même un rituel et une célébration de cette différenciation sociale ²⁴³.

I. LES IDENTITÉS « FANTASQUES »

Le tourisme manifesterait ainsi une tentative de donner de l'unité à la vie fragmentée et à la multitude des identités sociales : l'individu morcelé par son travail tente de reconstituer une unité absente par ses pratiques de vacances. C'est pourquoi la volonté dominante des Français de passer des vacances familiales (souvent mâtinée de rêves de

²⁴³ D. MacCannell, « Sightseeing is a ritual performed to the differentiation of a society », *The Tourist, op. cit.*, p. 13.

rencontre amoureuse) est aussi un projet de réunifier un territoire privé de plus en plus morcelé durant l'année, pense J. Viard.

Inversion des modèles

Une étude du comportement des touristes américains, pendant leur week-end, montre que les attitudes touristiques [206] peuvent soit accentuer la hiérarchie sociale, soit jouer sur un tableau plus consensuel et tenter d'abolir toutes les différences statutaires. Alma Gottlieb ²⁴⁴ utilise la notion de rituel d'inversion pour expliquer ces comportements de vacances. En effet, les vacanciers américains adoptent des comportements singuliers : une catégorie de personnes se veut « reine ou roi pour un jour » - *Queen (King) for a day* - et une autre rêve d'être paysan pour la journée. On fait « comme si », on joue à être ce qu'on n'est pas habituellement, on s'attribue des identités « fantasques ».

Ce type de vacances est l'apanage de la classe moyenne supérieure. Un désir de revivre en « *communitas* » émerge de ces loisirs. Une forme d'égalisation des conditions sociales, d'appropriation des modes de vie locaux, apparaît chez ces vacanciers, qui sont des cadres supérieurs ou des chefs d'entreprise. Es fréquentent les cafés et bars populaires, ils essaient de participer aux activités culturelles et aux manifestations locales organisées par des gens d'un statut social moyen ou inférieur. Ils n'hésitent pas à assister aux combats de coqs ou autres exhibitions culturellement dévalorisées par les strates supérieures de la société américaine. Ainsi, ils vont vouloir manger dans les restaurants locaux, voir des filins dits commerciaux, manger dans la rue, boire à même la bouteille, etc. Autant de gestes et d'attitudes que l'on retrouve aisément chez de nombreux touristes visitant un pays du Tiers Monde. Pendant les vacances de ces « paysans pour un jour », les notions d'espace et de temps sociaux sont provisoirement abandonnées. Le désir de se défaire de son statut social, de vivre « simplement », exprimerait, selon A. Gottlieb, un des paradoxes de la société américaine.

²⁴⁴ A. Gottlieb, American's vacations, *Annals of Tourism Research*, vol. 9, 1982, p. 165-187.

En effet, à côté de l'idéal démocratique de fraternité, de justice, d'égalité, existe un idéal de la réussite personnelle, [207] ostentatoire et agressive. Cette dichotomie et ces injonctions contradictoires peuvent mettre l'individu dans une « situation paradoxale », ou de « double contrainte », au sens que donne à cette expression l'école de G. Bateson ²⁴⁵.

Ceux qui jouent au « paysan » durant leurs loisirs, choisissent de renforcer momentanément un des pôles de cette dichotomie ; ils adoptent des attitudes de solidarité liées à l'idéal de la *communitas* - autrement dit, ils prennent au mot la société globale qui parle de « démocratie » et d'égalité. Dans la vie de tous les jours, ces vacanciers gardent leur distance par rapport à des personnes d'une autre couche sociale. Durant leurs vacances, ils inversent leurs comportements et recherchent une sociabilité où les statuts et les grades s'estompent.

On a l'impression que ces vacanciers adoptent un comportement « communial » durant leurs séjours, hors de chez eux, en priorité vis-à-vis de la population qui les reçoit, afin d'éviter une certaine dissonance cognitive entre leurs comportements habituels de compétition et l'idéal démocratique et égalitaire américain, auquel ils sont censés adhérer.

Origines culturelles

L'enquête américaine montre ainsi une forme atténuée de « contestation » des modèles qui s'exprime par l'inversion des comportements ordinaires. En d'autres termes, les attitudes de réserve et de « quant-à-soi » de la vie quotidienne se transforment en grande disponibilité et en convivialité durant les vacances. Cette inversion s'exprime d'abord par un rêve de [208] communion, par opposition à l'isolement que certains touristes disent vivre dans les grandes villes.

²⁴⁵ G. Bateson, J. Haley, D. Jackson, J. Weakland, Toward a theory of schizophrenia, *Behavioral Science*, n° 1, p. 251-264, 1956. Également J. Helmick Beavin, D. D. Jackson, P. Watzlawick, *Une logique de la communication*, (1967), Paris, Seuil, coll. « Point », 1972.

Ce type de sociabilité exprime une logique de différenciation et de distinction ²⁴⁶. Cela dit, si l'on accepte l'analyse de T. Veblen, on sera tenté d'expliquer la généralisation des comportements de « distinction » comme étant la conséquence de l'incorporation par les classes dominées de l'idéologie dominante ²⁴⁷. En réalité, les vacanciers américains au Mexique, par exemple, sont avant tout influencés par un modèle culturel de vacances des années 1920, et moins par le mode de tourisme de leurs contemporains plus fortunés qu'eux.

L'importance démographique prise par les classes moyennes en Europe et en Amérique du Nord fait que cette compétition - si elle existe encore sous la forme qu'elle avait quand T. Veblen la décrivait - ne peut être qu'une question de style de vie, non d'appartenance de classe. J. M. Thurot montre bien la complexité du phénomène du tourisme, et l'importance de prendre en compte la variable « style de vie » dans nos analyses ²⁴⁸.

Chez certains voyageurs d'origine dite « populaire », on constate que la différenciation sociale - objet d'une certaine dénégation chez les touristes aisés - est soulignée et renforcée. Ainsi, les Américains d'origine modeste n'hésitent pas, en vacances, à dépenser outre mesure. Ils achètent des objets chers, ils s'offrent de luxueux souvenirs, inversant ainsi leurs comportements habituels de prudence dans la gestion de leur budget. Ils agissent en « flambeurs », selon l'expression populaire. Ces touristes descendent dans les meilleurs hôtels : petits déjeuners au lit, draps en satin, champagne à [209] minuit, et s'offrent d'autres caprices royaux. Selon cette étude, cette catégorie de comportements touristiques renvoie au fantasme d'être « reine (ou roi) pour un jour ». Un article du *New York Times*, du 23 octobre 1977, décrit ce comportement anachronique où la cherté des objets touristiques devient un critère de qualité, et suscite l'engouement de cette population ²⁴⁹. Le terme de « nouveau riche », en français, rend bien compte d'une partie des mobiles et des attitudes de ces Américains. L'attrait des séjours

²⁴⁶ N. Élias, *La société de cour*, Paris, Flammarion, éd. de 1985.

²⁴⁷ T. Veblen, *Théorie de la classe de loisir*, *op. cit.*

²⁴⁸ J. M. Thurot, The Ideology of Class and Tourism, Confronting the Discourse of Advertising, *Annals of Tourism Research*, vol. 10, p. 179-189, 1983.

²⁴⁹ R. Blumenthal, A man's castle is home for a night in Germany, *The New York Times*, 23 octobre 1977, in Alma Gottlieb, *op. cit.*, p. 175.

dans des châteaux - tourisme qui se développe de plus en plus - éclaire mieux cette aspiration fantasmagorique à se vivre en « aristocrate ». Le personnel de service des pays hôtes redoute cette clientèle qu'il connaît bien. Ces touristes, persuadés d'être attendus par les populations locales, à cause de l'argent qu'ils vont dépenser dans le pays, s'autorisent des gestes et des conduites frisant l'insolence et le mauvais goût. Les journalistes et les chroniqueurs sociaux ont largement dénoncé ces abus.

L'inversion s'exprime également par la fréquentation de musées, de théâtres, activités inhabituelles pour cette population américaine d'origine modeste. Tout se passe comme si le dépaysement recherché par cette clientèle est davantage un dépaysement social - un rite moderne de mobilité sociale en quelque sorte - qu'un véritable dépaysement géographique.

II. UNE AMBIVALENCE FONDATRICE

[Retour à la table des matières](#)

Cette bipolarité comportementale, « paysan » ou (client) - roi, révèle, comme toute typologie, quelques faiblesses quand on la transpose sur le terrain. Comme je l'ai signalé auparavant, on repère facilement une combinaison de ces deux [210] modèles en observant un groupe de touristes. Les rites d'inversion sont moins l'affaire d'un individu qui s'amuserait à inverser son comportement habituel, qu'un jeu alternant et combinant des emprunts successifs, ou simultanés, faits aux deux logiques, la différentielle et la communiale.

Jeu et sociabilité

Le terme de jeu nous permet d'introduire l'idée d'un enracinement ludique dans un modèle ou dans un autre. Selon les cultures nationales, les deux logiques se concrétisent et s'incarnent dans des modèles traditionnels spécifiques. On vient de voir que les vacanciers américains oscillent entre deux figures mythiques : le « paysan » et le « monarque ». Dans le cas français, il semble que ces deux logiques

comportementales se retrouvent historiquement dans deux types idéaux qui ont marqué, en termes de longue durée, l'imaginaire collectif. Je veux parler du pèlerinage comme moment fort de la « *communitas* » (logique communielle), et de la société de cour, comme moment fort de la *societas* (différenciation). Autrement dit, la sociabilité du pèlerinage et celle des voyages aristocratiques sont les modèles fondateurs des sociabilités touristiques françaises.

Nous avons vu que, poussées à l'excès, les deux logiques sont réversibles : la fusion extrême aboutit à une singularité communielle, et la singularité extrême aboutit à une fusion entre pairs, à un effacement des différences entre individus. Il semble ainsi que dans les loisirs se joue et se rejoue la scène sociétale originelle : une incessante tentative de retrouver un équilibre entre communion et individuation, un essai de renégocier le lien sociétal en le contestant ou en le renforçant, rituellement. La renégociation imaginaire de la donne sociétale est médiatisée par le jeu. C'est, en effet, sur le mode ludique que se vivent les comportements vacanciers.

Les formes de sociabilité, liées au pèlerinage et à la société [211] de cour, ont ainsi marqué les types de relations humaines que l'on observe dans les voyages modernes. Une approche historique en termes de longue durée, pourrait montrer plus clairement que les « cristallisations » sociétales, incarnées par ces deux sociabilités, même si elles ont changé d'objectifs, constituent des sortes de moules, des formes abstraites, qui ont façonné les pratiques modernes de vacances. Aussi, l'histoire culturelle des formes de mobilité d'une société explique-t-elle mieux les formes de tourisme qu'elle génère, que la simple approche par les revenus et les appartenances de classes.

Cela dit, au-delà des différences manifestes, des traits communs existent entre les touristes issus de cultures différentes. Un cas nous est présenté par Phyllis Passariello ²⁵⁰, qui confirme, dans une certaine mesure, l'existence d'une structure anthropologique déterminant les comportements touristiques. Cet auteur analyse, à travers une observation micro-ethnographique, les comportements de touristes mexicains issus de la petite bourgeoisie, qui passent leur fin de semaine à la plage. Les attitudes d'inversion du rythme horaire de la journée de travail

²⁵⁰ P. Passariello, Never on sunday ? Mexican tourists at the beach, *Annals of Tourism Research*, vol. 10, 1973, p. 109-122.

sont présentes : on mange à des heures indues, on intervertit les activités du jour et de la nuit, etc. L'intérêt de cette étude est que l'auteur tente de rattacher ces comportements aux influences culturelles espagnoles et indiennes ²⁵¹. Avant d'aller plus loin, résumons brièvement le contenu de cet essai.

L'enquête se déroule dans un petit village côtier du Mexique, où se rend en masse la classe aisée de la capitale de l'État du Chiapas. Entrepreneurs, enseignants et ingénieurs constituent la majorité de ces vacanciers. Des touristes étrangers viennent aussi à Puerto Caguama ; ils sont en grande partie Américains ou Canadiens, avec une faible proportion [212] d'Européens. De par leurs comportements et leur style de vie, ces touristes étrangers peuvent être considérés comme formant un groupe sociologique relativement homogène. L'auteur de cette enquête a passé quelques jours à observer la vie dans un hôtel-restaurant très prisé par les touristes mexicains et lieu de rendez-vous des visiteurs occidentaux. Les Mexicains manifestent un comportement d'excès durant ce week-end à la plage : le bruit, l'atmosphère « tropicale », la musique, les bouteilles vides s'amassant sur les tables, la multitude de radios et de magnétophones émettant des musiques diverses, les danses, le chahut ambiant, bref, ce que l'on résumerait sous le vocable d'état confusionnel et festif domine les autres aspects qui auraient - à les entendre - motivé le déplacement de ces citadins. Ceux-ci parlent en effet de cet endroit comme d'un lieu tranquille, naturel, et surtout « typique » (*tipico*). Les gens arrivent en foule et louent, selon leur importance numérique, deux ou trois bungalows. La servante indienne est souvent du voyage, comme le note P. Passariello. À peine installés, ces Mexicains se manifestent à leurs voisins - qui font de même, par ailleurs - en augmentant considérablement le volume du son de leur radio. Cette cacophonie semble être la condition *sine qua non* d'une « bonne ambiance », le signe qu'ils sont là pour s'amuser. L'hôtel, où ces familles s'installent, dispose au demeurant d'un système acoustique diffusant de la musique tout autour des terrasses et des bungalows ; bref, s'entendre relève de la prouesse.

L'aspect festif - disons extraordinaire du week-end - est renforcé par le fait qu'on ne respecte pas les heures de repas ou le contenu habituel de ces repas. Les vacanciers mexicains « grignotent » en buvant,

²⁵¹ *Ibid.*, p. 118.

et cela toute la journée. Crevettes, « amuse-gueules » et plats locaux à base de poisson frit défilent sans ordre chronologique. Les gens n'hésitent pas d'ailleurs à offrir leur voiture ou un matelas à un homme ivre incapable de retrouver son cabanon. Il serait inutile de s'étendre sur les comportements d'excès, qui ne sont évidemment [213] pas une spécificité mexicaine. Au demeurant, ces effervescences festives se retrouvent un peu partout dans les pays marqués par des sociabilités fortes de *communitas* ²⁵² (certains pays du bassin méditerranéen, où les traditions villageoises, familiales, de paroisse ou de quartier demeurent vivaces). Quand on interroge les Mexicains sur les raisons qui les poussent à venir régulièrement dans ce village, l'une des motivations avancées est le désir de séjourner dans un endroit « typique ». Ce qui est « typique » dans le langage de ces vacanciers, n'est pas un endroit marqué par l'histoire, ou symbolisant le passé du Mexique, ou même marqué par une ethnie - tel que ce terme de « typique » peut le suggérer ²⁵³ -, le village a été construit dans les années 60, et la population qui l'habite est constituée de citadins issus des diverses villes de l'État du Chiapas. Malgré son « jeune âge », le village est tout de même perçu comme « typique » par les Mexicains. Dans l'imaginaire de ces vacanciers, le typique renvoie à un mélange de connotations dévalorisantes, ayant trait à l'indianité du lieu, et son corrélat de pauvreté. Bien que dévalorisés socialement, ces attributs d'indianité et de pauvreté sont néanmoins considérés comme des constituants de l'identité mexicaine. Cela dit, ces caractéristiques ne se retrouvent pas vraiment dans le village où, hormis la pauvreté des habitants et des lieux, l'influence indienne n'y est pas plus forte qu'ailleurs au Mexique. Interrogés sur leurs motivations, les Mexicains avancent tous les mêmes raisons : se reposer de la ville et de son stress, retrouver la nature, se détendre, etc. Un rapide examen des alentours montre qu'il existe de nombreux endroits bien plus agréables que ce village, qui est infesté de moustiques, jonché de débris et de déchets divers, et qui ne dispose d'aucun attrait naturel particulier.

Pourquoi cette apparente irrationalité dans les comportements ? [214] Une des pistes explicatives nous est donnée par les touristes oc-

²⁵² L. Turner, J. Ash, *The Golden Hordes, international tourism and pleasure periphery*, Londres, Constable, 1975, p. 74.

²⁵³ O. Burgelin, *Le tourisme jugé*, op. cit.

cidentaux présents sur les lieux, plus précisément par leurs jugements concernant le comportement des Mexicains.

On constate que ce qui est typique pour l'un ne l'est forcément pas pour l'autre. Ce qui est « typique » pour les Mexicains correspond tout simplement à ce que condamnent les Occidentaux : à savoir l'alimentation tropicale, les beuveries publiques, le bruit, l'excès en tout genre, les comportements exubérants, etc. En d'autres termes, est perçu comme typique le type même de sociabilité que les vacanciers actualisent et célèbrent chaque week-end.

Le comportement des Mexicains exprime une sorte de rite d'inversion, il ne s'agit pas seulement du comportement de l'individu se débarrassant de ses contraintes professionnelle ou urbaine : l'inversion signifie ici le passage d'une sociabilité différentielle, faite de retenue et d'impersonnalité, à une autre, plus fusionnelle : en d'autres termes, à cette fête et à cette effervescence de groupe que j'ai nommée par ailleurs sociabilité communielle (ou fusionnelle). Ph. Passarielo explique ces faits autrement. Elle y voit une influence de la culture indienne et de l'ère puritaine « victorienne » qui a suivi la révolution mexicaine. L'auteur hésite ainsi entre une explication historique et une autre, plus psychosociologique. Ces comportements seraient, selon cette anthropologue, soit une réaction face au moralisme ambiant, qui a marqué la mentalité mexicaine au XIXe siècle, soit l'expression d'un imaginaire de morbidité (qui serait l'apanage des cultures espagnoles et indiennes). Ces deux facteurs expliqueraient les comportements observables aujourd'hui sur les plages mexicaines.

Qu'en est-il des touristes occidentaux présents aussi à Puerto Cagnama ? Comme on peut s'y attendre, leur comportement est l'exact opposé de celui des Mexicains. Ils modèrent toute forme d'excès ou de débordements, ils fréquentent des restaurants bon marché et éloignés de l'hôtel [215] décrit ici ; certains font même leur propre cuisine. Ils ne se montrent pas ivres en public, et attendent patiemment que cette vague du week-end reparte vers la ville, afin de jouir de la « simplicité » et de la « rusticité » de l'endroit. Ces touristes se regroupent tous, sans pourtant se donner le mot, à un bar de la plage, et généralement leurs rencontres se résument à parler à d'autres touristes occidentaux pour se plaindre du gaspillage et de la gabegie introduits par cette horde de vacanciers. Ces touristes, en quête de « simplicité », rappel-

lent ces artistes américains en visite sur la Riviera française durant les années 1920, comme les montrent Turner et Ash ²⁵⁴.

Un même refus des rigidités et des conformismes sociaux, induits par la division en strates sociales, pousserait ces Américains à rechercher plus de « simplicité », de « naturel », en eux et autour d'eux, pense l'auteur, qui ajoute que ces comportements s'inscrivent dans une perspective de quête d'un loisir « édifiant », type de loisir longtemps prôné par le moralisme victorien.

Les scènes de vie des vacanciers mexicains sur cette plage sont considérées par les étrangers comme « typiques », « authentiques ». Nous voyons que le mot de « typique », ou d'« authentique », renferme diverses acceptions selon les cultures d'appartenance. L'expérience de la plage est vécue différemment, selon les modèles de tourisme générés par l'histoire des pays d'origine. Cette quête de tourisme ethnique est la même pour les deux populations, la différence réside dans le fait que pour les Mexicains le « typique » désigne un mélange d'indianité et de rusticité, alors que pour les touristes étrangers, ce sont les comportements mêmes de ces Mexicains qui sont « typiques ».

Ainsi, à travers la simple description de quelques individus s'amusant sur une plage, on peut facilement déceler un imaginaire de ressourcement : symbolique. Les deux populations, [216] autochtone ou étrangère, vivent une « rêverie » de retour à l'essentiel. On peut se demander s'il ne faut pas inclure ces pratiques touristiques, au-delà des variations culturelles qu'elles présentent, dans la sphère du pèlerinage tant les interviews et l'observation participante ont montré l'existence d'un imaginaire de « Centre » (Mircea Eliade), en d'autres termes, des connotations de régénération et de renaissance accolées à un lieu aussi banal que la plage.

²⁵⁴ A. Laurent, *Libérer...*, *op. cit.*, p. 9. Turner et Ash, *op. cit.*

III. SOCIABILITÉS DE VOYAGE

[Retour à la table des matières](#)

Les voyages forment la jeunesse, ce dicton populaire, qui fait du voyage une école de vie, peut-il être confirmé dans les faits ? Et dans ce cas, quel serait le contenu, et la forme, de cet apprentissage, qui s'effectue pendant les séjours hors de la sphère de vie ordinaire ?

Sociabilité aristocratique

On peut poser comme hypothèse que cet apprentissage est en priorité d'ordre relationnel. Le savoir archéologique, architectural et ethnologique ne vient qu'en deuxième lieu pour conforter une réinscription sociale dans la communauté ou la culture d'origine du visiteur. Plusieurs auteurs ont relevé l'aspect d'intégration sociale que revêt le tourisme. Les voyages à l'étranger ne nous apprennent pas seulement à distinguer entre les objets d'art, les coutumes ou les langues appartenant à des civilisations différentes. Ils ont aussi pour fonction de nous réconcilier avec nos valeurs sociétales et de nous conforter dans nos croyances et nos convictions collectives.

Cela incite certains analystes du tourisme international à se [217] demander, si le tourisme moderne ne favoriserait pas la permanence de stéréotypes et d'attitudes chauvines chez les voyageurs modernes vis-à-vis des populations visitées, au lieu d'inciter à l'échange et à l'ouverture vers d'autres cultures.

Cela dit, les touristes furent davantage jugés qu'étudiés ²⁵⁵. Il est impossible de formuler un diagnostic sérieux quant à la signification du phénomène des vacances sans le mettre en relation avec d'autres traits fondamentaux d'une société, notamment avec les types de socia-

²⁵⁵ M. Boyer, Évolution sociologique du tourisme : continuité du touriste rare au touriste de masse et rupture contemporaine, in *Loisir et société*, n° 3, 1980, p. 55 et *Le tourisme*, p. 133-155.

bilités qui s'y observent ²⁵⁶. Aussi, faut-il d'abord dégager par l'analyse les sociabilités types inscrites dans le long terme, ou dans la « longue durée » (F. Braudel), avant de les juger.

On s'accorde à attribuer au phénomène touristique une ascendance aristocratique. Le mot même de touriste dérive de « tour », mot utilisé par les aristocrates anglais accomplissant, au XVIII^e siècle, un circuit à travers l'Europe. On pourrait évidemment remonter plus loin que cette période. Les Grecs et les Romains connurent des formes de voyages d'agrément proches de ce qui s'observe de nos jours. Arrêtons-nous sur la période du Grand Tour pour signaler que le jeune aristocrate anglais ne réalisait pas simplement un voyage d'études, mais une véritable exploration et immersion dans le « Monde » (c'est-à-dire l'univers de ses semblables, auxquels il était lié par le statut social et par diverses alliances). Il devait s'initier aux manières et aux usages des cours européennes où il était admis. Les sociologues et les écrivains confirment ce fait. On s'accorde ainsi à voir une continuité entre la sociabilité du rentier et celle des touristes modernes. Marc Boyer nous signale les points communs entre ces deux univers. Il pense que, par un effet d'imitation, les styles de loisir et de voyage des rentiers pénètrent d'autres [218] couches sociales, par un phénomène de capillarité. Ces voyageurs furent enviés dans un premier temps, puis copiés ensuite. Les adeptes du « tour », les jeunes aristocrates anglais, ont aussi inventé le voyage circulaire. Les rythmes saisonniers aristocratiques furent repris par les rentiers du XIX^e siècle, et la notion de saison touristique perdue encore. Les aristocrates anglais du XVIII^e siècle, en inventant la saison thermale, ont, de ce fait, favorisé la vie mondaine et sociale des stations, dont une des caractéristiques principales est la fonction d'agrégation sociétale. C'est la mode ou la consécration par les Grands, les rois, et les princes qui fait la réputation des stations, et non pas les vertus des eaux (M. Boyer). La hiérarchie des stations thermales, de nos jours, n'est pas très différente de celle observée sous le Second Empire, en France. (Voir à ce propos la « découverte » de la montagne comme espace récréatif après les premières escalades de Windham et de quelques autres aristocrates anglais vers 1741.)

²⁵⁶ M. Boyer, *Le tourisme, op. cit.*, p. 7.

Du XVII^e siècle jusqu'à 1930, les stations avaient une clientèle de rentiers. Les modèles aristocratiques de loisir se diffusèrent. Il s'agit d'une évolution libre, par diffusion de modèles culturels propres au groupe aristocratique-vedette ²⁵⁷.

On assiste à une véritable initiation sociale et symbolique dans le « tour ». Il faut s'empresse d'ajouter que cette initiation était des plus agréables et des plus souples, même si le jeune novice devait rendre compte de son périple à son tuteur ou à son père. On tenait un journal de bord, un *journey*, où étaient mentionnés tous les événements et les rencontres importants. « Ces Anglais étudiaient peu, s'amusaient beaucoup, mais ce voyage ainsi nommé était considéré comme le complément nécessaire de leur éducation ; le « 'tour' consacrait le gentleman » (M. Boyer, p. 7). Cette éducation par le voyage consistait en somme à acquérir de « bonnes manières », à être au fait des dernières innovations en termes [219] de modes vestimentaires, artistiques et autres, à être dans le « coup », dirions-nous familièrement aujourd'hui. Incontestablement, le « tour » est l'ancêtre de ce que nous appelons le tourisme. Cet avis n'est pas partagé par tout le monde. Dennison Nash parle, par exemple, de l'existence d'un proto-tourisme aussi bien dans l'antiquité grecque ou latine que dans les sociétés dites « primitives » ²⁵⁸, tandis que Marc Laplante pense qu'il existe une différence entre le touriste, tel qu'il apparaît après 1850, et l'aristocrate anglais visitant l'Europe ²⁵⁹. Pour le noble anglais, le voyage voulait dire « complément d'études et de formation, préparation aux responsabilités adultes », quant au touriste, il était défini comme « un voyageur à part, parce qu'il voyageait sans raison apparente de voyager ». Le voyage sans raison utilitaire signe la date de naissance du tourisme. Ainsi, à un moment donné de l'histoire des voyages, surgit en Europe un voyageur sans but.

Cependant, les choses ne sont pas si aisées à catégoriser de la sorte, il est vrai que le rentier, continuateur du tourisme aristocratique, apparaît au moment de l'essor industriel de l'Europe. Il n'en demeure pas

²⁵⁷ M. Boyer, *Évolution sociologique du tourisme*, op. cit., p. 56. Voir aussi N. Elias, *La société de cour*, op. cit.

²⁵⁸ D. Nash, *Tourism as an anthropological subject*, op. cit.

²⁵⁹ M. Laplante, La révolution du voyage d'agrément, in *Loisirs et Société*, op. cit.

moins que les pratiques de loisir et de voyage auxquelles il s'adonne ne sont pas complètement inédites : une culture de la mobilité et du déplacement préexistait au tourisme des rentiers. Il ne faudrait pas confondre la naissance du terme de « touriste » avec le phénomène lui-même, qui a une histoire plus ancienne. Cela, évidemment, si l'on accepte de qualifier de tourisme les différentes formes de villégiature et de voyage des siècles grecs et romains, ainsi que celles qui avaient été célébrées par F. de Chateaubriand, Stendhal et V. Hugo. Le tourisme rentier, comme modèle social de mobilité et de villégiature, né pour remplir des fonctions précises, se transforme au fil du temps [220] et prend d'autres objectifs, tout en gardant dans l'ensemble le même profil.

Cette tradition du voyage a marqué, et marque encore, de toute son empreinte l'art moderne du voyage.

On a beau opposer le voyageur au touriste, pour critiquer ce dernier, on ne peut nier l'idée d'une parenté entre les deux phénomènes de mobilité. Il semble que le but déclaré du voyage ne constitue pas, en soi, un élément de classification important pour départager les voyageurs en plusieurs types. On a vu que même dans le pèlerinage, le but religieux affiché n'est pas toujours la seule motivation réelle de l'individu. Aussi, le prétexte éducatif du voyage du jeune aristocrate anglais, du moins à l'origine, ne doit pas nous induire en erreur ; ces gens recherchaient aussi les aventures, les rencontres, les plaisirs divers, ce qui contredisait un peu leurs intentions officielles.

(Le thermalisme présentait également la même ambiguïté, le regroupement dans les villes d'eaux avait la santé comme prétexte et le « malaise social » comme motivation ; les attitudes et les comportements contredisaient souvent les raisons invoquées par les curistes.)

Cela dit, une raison de voyager peut évoluer et donner lieu à autre chose : « Parti pour une promenade, je rentrais d'un pèlerinage » ²⁶⁰, note un écrivain pour signifier que l'expérience même du lieu peut nous transformer en contemporain (c'est dire qu'une simple étude de marché est insuffisante pour nous éclairer sur les motivations profondes du voyage). Il semble qu'il faille se livrer à une sorte d'archéologie

²⁶⁰ C. Aveline, *La promenade égyptienne*, Renaudot et Cie, 1988, 260 p., introduction.

des traditions du voyage pour saisir leurs métamorphoses au fil des époques.

Au fur et à mesure que cette pratique du « Grand tour » se généralisa, elle perdit de vue ses buts éducatifs, d'apprentissage linguistique, artistique et social. Seule la dimension [221] curiale allait perdurer, mais en se noyant dans l'univers égalitaire des grandes masses vacancières. Ne subsista alors qu'une culture du voyage, en tant que forme « pure » ; elle donna naissance à une perception du voyage dénuée de toute justification parascolaire ou directement utilitaire. On voyageait pour apprendre ce que les livres ne permettaient pas d'apprendre : les manières, le goût, etc., en somme, pour s'initier aux façons d'être de sa caste. On pourrait également déceler dans les vacances modernes, un apprentissage relationnel, dans la mesure où l'on continue à s'initier à maîtriser les diverses facettes d'une transaction symbolique avec l'autre (définition de soi, stratégie de séduction, sentiment d'appartenance à une communauté, acquisition de manières de regarder, de se comporter, d'aimer, de raconter ...).

L'apprentissage « sociétal »

Il existe ainsi un aspect d'apprentissage relationnel - ou sociétal si l'on veut avancer l'idée d'initiation à des sociabilités multiples - dans le tourisme moderne. Avant d'illustrer cette idée par des exemples tirés soit d'observations personnelles, soit d'écrits et d'analyses d'expériences de voyages en groupes, il faudrait clarifier un point qui pourrait fausser la lecture que je donne de la sociabilité touristique (ou de voyage), en m'inspirant du modèle aristocratique. Il serait exagéré de voir dans cette sociabilité une forme figée, qui aurait traversé les siècles sans se transformer et que les gens continueraient d'imiter aveuglément. Sans revenir sur les autres formes de voyage, antérieures au voyage moderne, signalons néanmoins que le compagnonnage et les voyages de découvertes ont également contribué à façonner l'histoire du tourisme moderne.

Le XIXe siècle a marqué l'univers touristique. Ce moment fort du voyage ne doit pas nous faire oublier les autres traditions de mobilité. Jean Viard écrit que : « Le touriste du [222] XIXe siècle est une figure

fantasmatique, connue et attractive. Il a pris dans l'imaginaire collectif la place des anciennes noblesses, des cours décadentes. Il a popularisé des mots de rêve, comme Côte d'Azur, Riviera, Deauville... Aussi, pour comprendre nos modes d'usage des congés payés, il faut aller voir du côté de la classe touristique du siècle précédent » ²⁶¹. Ainsi, on perçoit bien que le tourisme du XIXe siècle tire sa légitimité des anciennes sociétés de cour, telles que les décrit Norbert Elias. Cette curialisation est une donnée constante du non-dit des comportements touristiques. « Les vacances ayant mis nos corps en mouvement, ce que nous y avons appris, ce que nous y apprenons, s'élabore à l'insu des discours organisés, des débats idéologiques. Les vacances nous initient à des savoirs, et à des gestes nouveaux, des sensations neuves qu'aucun enseignement ne pourra jamais nous communiquer » ²⁶².

Cela dit, il faut nuancer quelque peu ce propos concernant les « gestes nouveaux et les sensations neuves » que l'on apprendrait en vacances. Ce qui relève de l'« ancien » se retrouve souvent dans ce qui s'énonce comme inédit et nouveau. Ce n'est pas parce que les loisirs balnéaires deviennent sophistiqués (technologiquement) que l'on peut les qualifier de « nouveaux » en termes de signification. L'imaginaire qui les fonde demeure souvent très ancien et très enfoui dans nos psychismes.

Par l'expression « d'apprentissage relationnel », et pour éviter une lecture trop psychologique des comportements, je veux simplement parler d'une initiation sociétale. Le terme de sociabilité « phatique », dont parle B. Malinowski, me semble également adapté pour décrire le mode sur lequel fonctionnent les sociabilités « curiales » de voyage et la manière dont se fait l'apprentissage relationnel. Cela pour dire qu'il ne s'agit pas d'un apprentissage didactique précis [223] (un savoir-faire ou une « science » du voyage), mais plutôt d'une intégration subtile, ritualisée et codée à une sociabilité.

Cela n'est pas spécifique au tourisme. Un processus de socialisation assez proche se retrouve dans d'autres domaines de la vie contemporaine. Une enquête récente sur la population aisée d'un quartier de Paris montre comment l'appartenance à la bourgeoisie est vécue comme quasiment « héréditaire » (ou comme une « grâce »). Les

²⁶¹ J. Viard, *Penser les vacances*, op. cit., p. 18.

²⁶² *Ibid.*, p. 18.

individus interrogés insistent sur le fait qu'on « naît » bourgeois, qu'on ne le devient pas en une génération (on retrouve là une attitude aristocratique). Les enquêteurs ont ainsi pu constater que l'admission dans cette catégorie sociale, appelée populairement « BCBG » (« bon chic, bon genre ») relève plus d'une initiation quasi tribale que d'une transmission simple de connaissances et de recettes de savoir-vivre ²⁶³.

Tout cela amène à postuler l'existence de deux phénomènes concernant les sociabilités de voyage.

1 / Il existe un héritage de « manières » : un art de voyager incarné par les aristocrates du XVIII^e siècle, les rentiers du XIX^e siècle et aussi par les « grands voyageurs », grands non pas tant par les aventures et les distances parcourues, que par leur « savoir-voir », à nul autre pareil ²⁶⁴. Cet « art » s'inspire des pratiques de cour. Des écrivains ont symbolisé ce modèle, il perdure, avec sa variante exotique « postmoderne », sous la plume de H. Michaux, M. Butor, J. M. G. Le Clezio, etc.

(Qui oserait dire de nos jours que les écrits de R. Barthes sur le Japon, ou que le lyrisme de J. M. G. Le Clezio sur la femme maghrébine, dans « Desert », relèvent de stéréotypes ?)

Les critiques faites aux touristes consistaient à les opposer [224] au (bourgeois) voyageur de jadis ²⁶⁵ - aux vrais *exotes*, pour paraphraser V. Segalen. Le terme même de touriste est devenu péjoratif, il est l'équivalent de « manant », de « petit peuple », dans la bouche de certains esthètes. La simple dénonciation du tourisme de masse « classe » un individu, c'est un procédé de « distinction » au sens où l'entend Pierre Bourdieu. Aussi, le voyage « différent » se résume-t-il à une forme de maniérisme, on essaie de voyager, à la manière de ... quelques écrivains romantiques.

²⁶³ B. Le Wita, *Ni vue, ni connue. Approche ethnographique de la culture bourgeoise*, Editions de la Maison des Sciences de l'Homme, Paris, 1988.

²⁶⁴ O. Burgelin, *op. cit.*

²⁶⁵ J. D. Urbain, *Sémiotique comparée du touriste et du voyageur*, *Semiotica*, Amsterdam, Mouton de Gruyter, 1986, 58, 3/4, p. 269-286.

2 / Ce savoir-voir, ou ce savoir voyager, est vécu comme une « grâce » quasi religieuse. Il est présenté comme non transmissible. Le statut de voyageur devient une sorte de privilège de naissance. On « naît » voyageur, on ne le devient pas. On daigne de temps à autre jeter quelques miettes de ce savoir à la masse de touristes, et de préférence sous forme de recettes infantilisantes. On nous conseille ainsi, dans maints guides touristiques, d'user de son sourire face à un autochtone dont on ne comprend pas la langue, et tout à l'avenant ²⁶⁶.

Une des conditions de pertinence du regard touristique, de ce savoir-voir, réside dans la mise à distance symbolique de ce qui est vu. C'est bien ce qu'énonce V. Segalen, le regard doit être exotique pour pouvoir être interprété, et « l'éloignement n'est pas d'ordre spatial mais culturel », précise Francis Affergan ²⁶⁷. Cette mise à distance symbolique, une forme d' « érotisation », est un processus de transformation de nuances en contrastes, qui rend absolues des différences relatives. La différence minime devient une différence d'essence. Une autre façon de garder son « rang », en définitive. Le regard touristique devient ainsi une machine à produire de la « différence ». La mise à distance symbolique opère de la [225] même façon que la distanciation sociale, qu'évoque Norbert Elias pour expliquer l'émergence du thème de « retour à la nature » dans le discours de l'aristocratie française, au siècle de Louis XIV. Thème qui va faire florès dans la littérature et qui va engendrer un engouement certain pour les promenades et randonnées dans la nature ²⁶⁸.

²⁶⁶ *Guide du Routard*, « Irlande », 1988-1989, Hachette, p. 25.

²⁶⁷ F. Affergan, *op. cit.*, p. 239-305.

²⁶⁸ N. Elias, *op. cit.*, p. 239-305.

IV. TOURISME ET SOCIÉTÉ DE COUR

[Retour à la table des matières](#)

L'idée d'apprécier la beauté d'un paysage, la vie à la campagne ou au bord de la mer, n'est pas apparue « spontanément » dans l'histoire de l'humanité. Les raisons psychologiques et sociologiques qui ont favorisé la naissance du tourisme aristocratique sont relativement faciles à comprendre. Dans le cas de l'Angleterre, par exemple, il est clair que le phénomène majeur qui a encouragé les nobles à s'éloigner de plus en plus des palais royaux est la perte grandissante de leur pouvoir de caste. La révolution anglaise, avec la décapitation de Charles Ier en 1649, amena au pouvoir une classe sociale non homogène : « On y trouve une petite élite d'aristocrates juristes et surtout une gentry terrienne (la gentry se composant des gentlemen non ennoblis). »²⁶⁹ La révolution anglaise ne destitua pas les aristocrates et les seigneurs, mais elle remit en cause leur hégémonie. Ils cessèrent d'être les seuls propriétaires des moyens de production et, par conséquence, d'accaparer le pouvoir politique. L'aristocratie survécut, mais ne fut plus désormais fondée uniquement sur la naissance : l'argent devint l'élément prédominant.

« Dépossédés de leurs privilèges, privés de pouvoir, les [226] rentiers de l'époque romantique (et déjà préromantique) éprouvent une situation aliénante ; le voyage vers d'autres horizons, mais aussi vers le passé - qui est l'exotique même - vers les témoins du passé, d'où la place qu'occupent les monuments, les cabinets d'antiques, les musées, les souvenirs historiques dans le voyage romantique. »²⁷⁰

Ces premiers touristes illustrèrent alors l'idée que tout départ exprime une nostalgie et l'aveu qu'on est moins bien chez soi. Ce voyage apparaît dès lors comme une « fuite de (chez) soi », une réponse au « spleen ».

« Aller fréquenter leurs semblables qui n'ont pas (encore) perdu autant de pouvoirs, aller s'édifier au pied des ruines d'autres grandes

²⁶⁹ M. Laplante, *La révolution du voyage d'agrément*, op. cit., p. 15.

²⁷⁰ M. Boyer, *Évolution...*, *ibid.*, p. 49-80.

civilisations du passé, se livrer de plus en plus aux raffinements nouveaux de l'esprit, de la science, diversifier de vieilles formes de loisirs comme la chasse, etc. » ²⁷¹, sont devenues leurs motivations principales.

Cela nous ramène aux analyses que fait Norbert Elias de l'origine du romantisme aristocratique. Réfléchissant sur la noblesse française du siècle de Louis XIV, N. Elias constate que celle-ci a été le produit d'un processus lent qui a acculé une partie de l'ancienne noblesse à un dilemme. En effet, celle-ci a été confrontée à une alternative. Elle pouvait soit continuer à vivre sur ses terres, dans des conditions matérielles médiocres, pour ne pas dire misérables, en s'exposant au mépris de la noblesse de cour (pour qui les « gentilshommes campagnards » étaient des « rustres »), soit accepter de supporter les contraintes de la cour - compensées par une sécurité (et une dépendance) financière - et ainsi renoncer à une part importante de son pouvoir. Cette curialisation de la noblesse d'épée a eu un impact sur l'évolution des mœurs ²⁷². Cette aristocratie, qui a grandi dans les domaines [227] ancestraux, était obligée de s'habituer à la vie de cour, vie plus raffinée, mais plus contraignante, plus riche en relations humaines, mais aussi plus soumise à la nécessité du contrôle de soi.

On y voyait déjà apparaître un discours nostalgique sur la vie à la campagne et les paysages de l'enfance. Plus tard, cet attrait et cette célébration de la simplicité et la sérénité de la vie paysanne va s'accroître. Le passé se transforme en une vision de rêve : « La vie à la campagne apparaît comme le symbole de l'innocence perdue, de la simplicité libre et naturelle ; on l'oppose volontiers à la vie citadine, à la vie de cours, à ses contraintes, à ses obligations hiérarchiques compliquées, au contrôle de soi sévère qu'elle demande à chacun. » ²⁷³ Cette « vie campagnarde », que la noblesse regrette et qu'elle évoque dans ses livres ou ses conversations, est idéalisée : elle ressemble de moins en moins à la véritable vie dans le monde paysan. Qu'à cela ne tienne, l'exotisme prend son essor et aura la vie longue. Les rentiers, les touristes et les amoureux de la nature s'en inspireront, quelques

²⁷¹ M. Laplante, *op. cit.*, p. 16.

²⁷² N. Élias, *La dynamique de l'Occident*, Paris, Calmann-Lévy, coll. Agora », 1975.

²⁷³ N. Elias, *La société de cour*, *op. cit.*, p. 241.

décennies plus tard, et reprendront à leur compte cette vision de la nature.

C'est cela qui explique aussi, selon N. Elias, que l'interprétation qu'a fait Jean-Jacques Rousseau du terme de « nature » a rencontré un écho favorable, non pas dans les milieux bourgeois, mais surtout dans les couches aristocratiques de « cour », dans le « monde ». L'idéalisation de la nature a été utilisée comme un antidote contre les contraintes de la cour et les conventions sociales qui rythmaient la vie de l'aristocratie curialisée. Les générations ultérieures d'aristocrates, nées et vivant en ville, ont renforcé cette nostalgie. En définitive, N. Elias rattache la naissance de cette idée romantique de la nature à une forme d'exode rural - exode qui s'est poursuivi comme on le sait jusqu'à nos jours ; et ceci malgré quelques soubresauts de retour à la nature tels qu'on [228] peut les percevoir dans les mouvements des Auberges de jeunesse, avec notamment la caution littéraire de Jean Giono, ou la vague écologiste des années 1968.

En dépit de certaines discontinuités, il existe des transitions reliant l'idéalisation aristocratique de la nature au romantisme (écologique ?) bourgeois et urbain. N'oublions pas que le taux d'urbanisation est une des causes principales des départs en voyage. Il est vrai qu'une forte concentration urbaine devrait inciter les individus à rechercher des lieux de vacances plus calmes et moins fréquentés. L'expérience montre que cela n'est pas toujours le cas dans le tourisme, dit de « masse ». Les vacanciers, qui s'agglutinent sur les plages de la Côte d'Azur, sont à la recherche, paradoxalement, d'une autre forme de concentration humaine. C'est le paradoxe du touriste de masse qui, voulant fuir les inconvénients de la ville, reconstitue en réalité les embouteillages, les bruits et les nuisances urbaines sur son lieu de villégiature.

Autre conséquence de cette vision de la nature, des groupes humains sont ainsi idéalisés. La paysannerie, les pêcheurs, les montagnards et l'ancienne noblesse campagnarde sont perçus comme étant les survivants d'un monde idyllique : « Ainsi se dessine et perdurera jusqu'à aujourd'hui l'image d'un monde de la permanence, de la stabilité, mais aussi d'un monde dans lequel on veut voir s'épanouir des

valeurs que la société industrielle et urbaine, qui naît, craint d'avoir perdu, ou tout le moins oublié. » ²⁷⁴

Une des composantes de cette idéalisation de la « nature », issue de la noblesse de cour, s'exprime également par la transformation du passé en un temps édénique, où l'homme était en parfaite symbiose avec son prochain et avec son environnement. C'est une sorte de croyance à un « mythe des origines » ou à un « paradis perdu » (aussi, serais-je tenté de penser, partir n'exprime, a contrario, qu'une tentative pour faire [229] le deuil d'une séparation, jamais complètement acceptée, avec un passé, personnel ou collectif, mythifié. Le voyage devient ainsi un mouvement frénétique vers une immobilité apaisante).

Toutes ces images mentales opèrent encore de nos jours dans le tourisme ; la publicité les utilise d'ailleurs abondamment. Cette nostalgie des origines a pris forme et contours précis avec le romantisme de cour. L'exotisme signifie, dès lors, un attrait pour le passé et un attrait pour le lointain.

Pour N. Elias, les mœurs modernes, loin d'être « naturelles », sont le fruit d'un long processus historique ²⁷⁵. Elles ont d'abord été élaborées par la noblesse de cour puis propagées par cercles concentriques vers les autres couches de la population. Plus profondément, N. Elias pense que la civilisation des mœurs a consisté à accroître le contrôle sur tout ce qui relève de la nature « animale » de l'homme et, paradoxalement, que le « relâchement » actuel des mœurs n'est possible que parce qu'un minimum de contraintes et de règles émotionnelles et comportementales a été intériorisé.

Aussi, ramener le désir de voyager à une simple fuite de la concentration urbaine, de la part de l'individu, n'est-il pas suffisant en soi. On pourrait plutôt juger que le taux des départs est fonction de la complexification de la vie sociale, ou pour être plus précis, de la complexité due à la division sociale du travail, telle qu'en parle Emile Durkheim.

²⁷⁴ G. Collomb, *Du bon usage de la montagne : touristes et paysans*, Paris, Ed. L'Harmattan, 1989, p. 57.

²⁷⁵ N. Elias, *La dynamique de l'Occident*, p. 215-218, et chap. III sur la curialisation des guerriers.

Norbert Elias n'explique-t-il pas, en définitive, l'apparition d'une représentation de la nature, propre à une couche sociale, par une complexité croissante des rôles et des statuts sociaux (par la complexification de l'« étiquette »), que vivent les individus ? L'apparition d'un nouveau rôle social, le noble de cour, ancêtre du rentier séjournant sur la Côte d'Azur, déclenche un processus social qui fait de l'éloignement des campagnes et de la terre, une occasion de magnifier et d'idéaliser [230] la « nature » (l'origine rurale, encore vivace, de beaucoup de citadins expliquerait-elle une partie du succès (relatif) des préoccupations écologiques, qu'on observe dans la société française ?).

À l'époque de Louis XIV, le noble, en accédant à la vie de cour, se retrouvait sans pouvoir réel et voué à l'apparat, dans un univers codé, complexe, et où la maîtrise de l'étiquette, les batailles de préséance constituaient des enjeux importants et quotidiens.

Tout cela allait promouvoir la nécessité d'un apprentissage relationnel pour l'individu, qui devait déchiffrer ce qui se jouait, comprendre les mécanismes de la vie mondaine et les enjeux de rang, de préséance et de prestige. « Pour tenir son rang, dans la course pour la réputation et le prestige, pour ne pas s'exposer aux railleries, au mépris, à la perte de prestige, il faut adapter son apparence et ses gestes aux normes changeantes de la société de cour, qui visent à souligner de plus en plus la singularité, la distinction, l'appartenance à une élite de l'homme de cour. Il faut porter certains tissus, certains souliers. Il faut faire les gestes que le cérémonial de la cour prévoit à ceux qui en font partie. Même le sourire est soumis aux règles de la coutume. » ²⁷⁶

(Les choses ont-elles vraiment changé de nos jours ? Le Roi est mort, mais les cours pullulent et prennent des formes subtiles. Inutile de souligner qu'au niveau des mœurs, la boutade anglaise décrivant la société française comme une monarchie sans roi n'est pas dénuée de pertinence.) L'insertion des hommes de cour dans une société où les relations humaines étaient marquées par un haut degré de complexité signifiait le développement d'une auto-discipline croissante pour l'individu, et de ce fait, du poids de plus en plus lourd des interdépendances relationnelles entre les personnes.

²⁷⁶ N. Elias, *La société de cour*, op. cit., p. 261.

Ce même mécanisme se retrouve de nos jours : l'urbanisation, [231] la complexité due à l'apparition et à la transformation des rôles sociaux, la compétition pour les grades et les honneurs, l'évolution des professions, l'appât du gain et du pouvoir, le goût de la renommée, etc., demeurent des valeurs éminemment admises. Tout cela, que j'appellerais par commodité de langage une néo-curialisation des mœurs, conduit l'individu à prendre conscience de l'importance des contraintes d'interdépendance, que ce soit dans le loisir ou sur le lieu du travail. Ces contraintes relationnelles, plus que le simple fait quantitatif de l'accroissement de la taille des agglomérations urbaines, constituent un facteur sociologique essentiel à la compréhension du phénomène touristique ²⁷⁷.

En revanche, les individus vivant appartenant à des « sociabilités fortes » partent peu en vacances, et quand ils le font, c'est pour « voyager » dans une parentèle : voir des frères et sœurs, des amis, des enfants, etc. ²⁷⁸. Tout cela pour dire que le tourisme est aussi déterminé par le type de sociabilité dans laquelle on s'insère, dans la vie quotidienne. Pour paraphraser E. Durkheim, on pourrait presque dire que le voyage est un mouvement, imaginaire, d'une solidarité organique (la ville, l'urbanisation) vers une solidarité mécanique (les amis, la famille).

[232]

²⁷⁷ À rapprocher ici de l'analyse durkheimienne du suicide.

²⁷⁸ A. Guillou, Les vacances des agriculteurs, in revue *Autrement*, n° 111, janvier 1990.

[233]

**Imaginaire touristique
et sociabilités du voyage.**

**Quatrième partie.
L'identité en vacances**

Chapitre X

**Les voyages
et l'apprentissage sociétal**

[Retour à la table des matières](#)

Les sociologues des organisations montrent que les relations humaines au travail sont l'objet, autant que le savoir-faire technique, d'un apprentissage ²⁷⁹. Dans le cas des vacances, cet « apprentissage », qu'on qualifiera de « sociétal », se fait dans une société globale complexe, marquée par l'impersonnalité des rapports humains.

I. L'IDENTITÉ EN VACANCES

Le thème aristocratique du « retour à la nature » ²⁸⁰, cher aux citadins, est toujours d'actualité, comme l'atteste le succès des randonnées pédestres et l'achat de résidences secondaires à la campagne.

²⁷⁹ P. Sainsaulieu, *L'identité au travail*, Paris, FNSP, 1976.

²⁸⁰ N. Elias, *La société de cour*, *op. cit.*, p. 241.

Une sociabilité ludique

La sociabilité de cour a servi de modèle au développement des mondanités des villes d'eau, marquant les comportements des curistes du XIXe et du début du XXe siècle ²⁸¹. En fait, une part importante du tourisme est une pratique de cour, sans roi et [234] sans royaume. Le modèle royal de comportement ayant disparu, il ne reste plus que des spectateurs « orphelins » de normes et de modèles de rêve dans une cour sans roi qui ne leur propose plus une image d'identité collective, elle ne distribue plus que des types individuels. Les cours n'ont pas complètement disparu, elles se reconstituent ailleurs, dans les stations balnéaires et les clubs de vacances. Dans les stations de villégiature, il s'agit dorénavant de se retrouver entre gens du même « monde ». Or, ces « mondes » tendent actuellement à se multiplier, à se présenter comme autant de groupuscules amicaux dont les éléments fédérateurs sont nombreux (métiers proches, classes d'âge, sport, etc.). Les motifs d'agrégation sociétale abondent ; néanmoins, il n'y a plus de modèle dominant à imiter, mais seulement des règles implicites à maîtriser afin d'entrer dans ces cercles relationnels.

La nostalgie de micro-sociétés villageoises ou curiales passées évoquent ainsi une espèce d'exotisme, non plus dans l'espace physique, mais dans l'espace sociétal. C'est une forme de dépaysement social.

A. Gottlieb a montré comment des groupes d'Américains s'évertuent à s'inventer des identités fantasques durant leurs vacances ²⁸². André Varagnac ²⁸³ a expliqué comment opère, pendant les vacances, la nostalgie des anciens métiers chez une population soumise à une transformation rapide des professions et à la disparition de l'artisanat. On peut également mentionner le fait que les vacances représentent pour les adolescents une véritable aventure affective si ce n'est exis-

²⁸¹ A. Wallon, *La vie quotidienne dans les villes d'eau*, Hachette, 1981, et M. Boyer, *op. cit.*, chap. 6, et J. Viard, *Penser les vacances*, *op. cit.*, p. 31.

²⁸² A. Gottlieb, *American's Vacations*, *op. cit.*

²⁸³ A. Varagnac, *Civilisations traditionnelles et genre de vie*, Paris, Albin Michel, 1948.

tentielle ²⁸⁴. La dimension affective des comportements se retrouve également dans les groupes d'adultes, mais elle est plus diffuse, moins explicite, tout en demeurant très présente ²⁸⁵.

[235]

Cela dit, on ne vit pas en pleine anomie, certains interdits et certains rites n'ont fait que changer d'objet : le naturisme, par exemple, malgré ses connotations de liberté et d'anticonformisme, est une pratique fortement codifiée. Dans cet univers, paradoxalement, le corps, en tant que réceptacle de la sexualité et du plaisir, fait l'objet d'une très stricte dénéigation. Il existe rarement un endroit plus puritain qu'un club de naturistes. L'idéal romantique de l'innocence première, ou de la nudité originelle se perpétue ainsi.

Les sociétés mondaines des stations touristiques furent d'abord des sociétés « jouées » : le jeu consistait essentiellement à reproduire un univers social en voie de disparition, celui de l'aristocratie ²⁸⁶. Les bourgeois anglais du siècle dernier, ayant acquis des propriétés terriennes, se retrouvaient de ce fait au même niveau économique que l'aristocratie et devaient, dès lors, compléter leur promotion sociale par l'apprentissage des manières raffinées du *gentleman farmer*. Cet apprentissage se faisait par le jeu. Chaque micro-société avait son lieu de « vie jouée », un lieu de sociabilité où dominait un travestissement social ²⁸⁷.

Ces sociabilités « fantasques » pourraient entrer dans la catégorie de jeux d'imitation ²⁸⁸. Le « joueur » gagnant était celui qui excellait en compétence relationnelle, en capacité à manier les us et coutumes d'une micro-société de référence et en maîtrise des codes et des rituels implicites.

²⁸⁴ Vacances et adolescents, in *Les Cahiers de l'IFOREP*, n° 72, février 1994.

²⁸⁵ R. Amirou, *Portrait de badauds par un badaud*, *op. cit.*

²⁸⁶ M. Laplante, *La révolution du...*, *op. cit.*, p. 17.

²⁸⁷ M. Laplante, *ibid.*, p. 19.

²⁸⁸ M. Laplante, *ibid.*, p. 19.

En définitive, l'expérience touristique doit être saisie comme une « totalité existentielle qui dépasse largement la somme de tous les moments et les événements, petits et grands, qui la composent » ²⁸⁹.

[236]

Ce qui amène l'individu à partir s'inscrit dans une quête sociétale.

Les voyages fonctionnent comme un laboratoire d'essai où le touriste rêve, ou tente de s'évader de sa vie ordinaire, soit en la faisant autre - en s'inventant un monde acceptable pendant ses vacances -, soit en se faisant autre en se constituant une identité fictive. Ceci s'apparente à une catégorie du jeu que Roger Caillois appelle *mimicry* (« le fait que le sujet joue à croire, à se faire croire ou à faire croire aux autres qu'il est un autre que lui-même. Il oublie, déguise, dépouille passagèrement sa personnalité pour en feindre une autre ») ²⁹⁰.

On transgresse ainsi le « Chacun son rang, chacun sa place », on conteste ludiquement le respect de la hiérarchie des rôles et des statuts et l'assignation à résidence identitaire et sociale. Un des fondements imaginaires du tourisme réside dans ce franchissement de barrières sociales symboliques. Le côté « libérateur » des vacances n'est que cela, en définitive : se « reposer », un tant soit peu, de l'imposition des rôles sociaux.

Ainsi, l'expérience touristique est vécue, à tort ou à raison, comme un exercice de liberté, comme un jeu consacré à dénouer les différentes attaches spatiales et sociétales pour en renouer d'autres.

Nous constatons, paradoxalement, que le touriste fuit un espace fermé pour un autre encore plus clos, au sens propre comme au figuré : la bulle touristique. Cependant, le fait d'être accepté dans cette « bulle » représente une victoire en soi pour certains individus. L'essentiel est d' « en » faire partie.

Cela étant, ce jeu sociétal peut renforcer une logique de différenciation sociale telle qu'elle existait dans les stations touristiques du XVIII^e siècle européen ²⁹¹.

²⁸⁹ M. Laplante, E. Corontini et L. Trottier, *Enquêtes d'explorations sur les relations touristiques*, 1987. Cité *in* Laplante, *op. cit.*, p. 27.

²⁹⁰ R. Caillois, *Les jeux et les hommes*, Paris, Gallimard, 1985, p. 61.

²⁹¹ M. Laplante, *La révolution du voyage d'agrément*, p. 19.

[237]

Sociabilité communuelle

D. Riesmann estime que les vacances représentent un symbole tout aussi significatif des contacts humains que le fut, avant l'ère industrielle, la place du marché ²⁹². La place du marché évoque une sociabilité villageoise « chaude », elle exprime la nostalgie d'une sociabilité à retrouver, le regret d'une « ambiance », de moments amicaux ou chaleureux, à jamais perdus. Contrairement à la sociabilité curiale, cette « ambiance » ne vient pas d' « en haut », de la classe dominante, c'est une sociabilité communautaire.

Ces sociabilités ne supposent pas une hiérarchie, ni du point de vue de leur développement historique, ni du point de vue de leur valeur : la sociabilité curiale n'est pas plus ancienne ni plus « estimable » que la sociabilité communuelle ²⁹³. Celle-ci, présente chez les paysans et dans les quartiers ouvriers des villes, renvoie à une culture « populaire », c'est-à-dire hors de tout cadre officiel et institutionnel rigide. Elle se retrouve également dans les pratiques du pèlerinage et ne renvoie pas à une théologie, à un dogme précis ou à une structure sociale ou ecclésiastique particulière. Née pour remplir une fonction sociale d'entraide, avec des objectifs et des enjeux historiques délimités, elle se libère peu à peu de ses buts initiaux pour être adoptée par des groupes humains étrangers aux pratiques religieuses et aux classes modestes. Ainsi, à la propagation d'un modèle comportemental aristocratique du haut vers le bas de l'échelle sociale, répond une sociabilité, qui, opérant par une « fusion partielle des consciences » (G. Gurvitch), va du « bas » vers le « haut » ; elle est l'œuvre de communautés humaines bien soudées.

Il est ainsi possible de proposer les deux modèles relationnels en tant que sociabilités originelles des vacances ; une [238] est contractuelle et codifiée, tandis que l'autre est fusionnelle, hédonistique et sans étiquette « officielle ». Ce ne sont évidemment que des modèles,

²⁹² D. Riesmann, *La foule solitaire*, Paris, Arthaud, 1970, p. 370.

²⁹³ G. Gurvitch, *Traité de sociologie*, p. 106.

des types abstraits ou des virtualités. On ne peut pas vivre, telles quelles, ces formes de sociabilité. Ce type idéal (M. Weber) de sociabilité ne correspond plus à un groupe humain particulier, néanmoins il a plus de chances de s'actualiser dans un groupe avec un « Nous » déjà constitué et déjà fort, comme le remarque G. Gurvitch. La naissance de ce « Nous », ces rares moments d'extase collective dont parle E. Durkheim à propos de la genèse du sentiment religieux, peut s'observer dans tout groupe humain, qu'il soit en voyage organisé à l'étranger ou dans les diverses microsociétés urbaines modernes.

On a longtemps assimilé cette sociabilité communielle à une espèce de viol de la conscience individuelle, à une sorte de conditionnement forcé. G. Gurvitch rappelle que c'est précisément à ce moment que la pression collective est la moins forte sur les consciences [« Par suite de la réciprocité des perspectives, le moi de l'homme de la communauté et surtout de l'homme de la communion est la manifestation la plus profonde de la personnalité » (*Traité de sociologie*, p. 176)].

Autrement dit, les vacances en groupes n'aboutissent pas forcément à la limitation de la liberté individuelle. Les choses sont, je crois, plus nuancées. Ces pratiques vacancières n'empêchent pas forcément un groupe, ou un individu, d'aller au bout de ses virtualités. Sans être un adepte inconditionnel des voyages en groupes, j'estime qu'il faudrait se pencher sérieusement sur les raisons du succès indéniable des tours organisés, des clubs et des villages de vacances.

Il est possible de répondre partiellement à cette question en mettant davantage l'accent sur ce pour quoi les gens voyagent, plutôt que d'insister sur ce que les gens fuient. Michel de Montaigne répondit aux personnes qui lui demandaient les raisons de ses départs : « Je sais bien ce que je fuis, mais [239] non pas ce que je cherche. »²⁹⁴ Voilà, me semble-t-il, une autre manière de réfléchir sur le tourisme.

On en finira ainsi avec la confusion entre causes socio-économiques des départs et quête des touristes. (Autrement dit, l'univers de l'homme est celui de la contingence et non de la nécessité, de l'indétermination et non des lois physiques²⁹⁵.)

²⁹⁴ A. Laurent, *ibid.*, *op cit*, p. 203.

²⁹⁵ F. Affergan, *Exotisme et altérité*, *op. cit.*, p. 39.

La société décontractée

Dans le tourisme organisé, le sentiment d'appartenance affective à un « Nous », à une communauté, est la condition nécessaire à la pleine réussite des vacances ²⁹⁶. On peut, sans risque de se tromper énormément, généraliser ce constat en se fondant sur certains écrits, ou à partir d'observations faites sur le terrain, en accompagnant des groupes de touristes ²⁹⁷.

Il semble ainsi que ce qui est recherché dans l'exotisme moderne est un dépaysement qui n'est ni dans l'espace, ni dans le temps, mais dans la relation sociale elle-même ²⁹⁸.

La sociabilité, qui se donne à voir dans les clubs ou les villages de vacances, est à considérer en tant qu'émanation d'une micro-société possédant une structure spécifique, des rites et des idéaux propres. L'attrait qu'elle exerce vient, en partie, du fait qu'on s'y livre à un brouillage de la relation sociale et des valeurs consommatoires ²⁹⁹.

Cette sociabilité peut être décrite comme un système de signes et de normes comportementales où prévalent le regard et l'apparence ; le « Réel » (la différenciation sociale, autrement dit la division sociale du travail) est gommé : « Le génie [240] du Club, c'est d'avoir compris... que le communisme n'est peut-être qu'une pulsion estivale dont on peut admettre, pour un temps limité, les avantages certains sans souffrir d'aucun des inconvénients. » ³⁰⁰

Le refus, de la part des vacanciers, de s'informer, d'acheter des journaux n'est pas un signe supplémentaire d'aliénation, mais tout simplement une étape dans l'utopie concrète dont parle H. Raymond.

²⁹⁶ A. Laurent, *Libérer les vacances*, op. cit.

²⁹⁷ H. Raymond, op. cit., et C. Peyre, Y. Reynourt, *Histoire et légendes du Club Méditerranée*, Seuil, 1971.

²⁹⁸ A. Ehrenberg, La société décontractée : c'est au Club, et nulle part ailleurs, in *Le Débat*, n° 34, mars 1985, p. 133 ; et aussi G. Lipovetsky, *L'ère du vide. Essai sur l'individualisme contemporain*, Paris, Gallimard, 1983.

²⁹⁹ A. Ehrenberg, *ibid.*, p. 142.

³⁰⁰ P. Bruckner, A. Finkielkraut, *Au coin de la rue, l'aventure*, op. cit., p. 57.

Une utopie qui consiste à sortir de l'espace-temps habituel pour créer - fictivement, certes - un « monde » à part, une « île » ³⁰¹.

Le village de vacances présente une sorte de perfection insolite pour une étude ethnographique : population bien délimitée, parfaitement isolée de tout apport étranger, activités perceptibles et quantifiables, rapports avec l'environnement effectués selon des points de passage facilement repérables ³⁰². Ce terrain ferait le bonheur de n'importe quel ethnologue, tant il ressemble, y compris par ses rites et ses normes de comportements, aux micro-sociétés exotiques dont raffole l'ethnologie. La sociabilité villageoise s'inscrit parfaitement dans un espace de jeu, car « le domaine du jeu est... un univers réservé, clos, protégé, un espace pur » ³⁰³. Elle peut se définir, à l'instar du jeu chez J. Huizinga, comme une « action ou une activité volontaire, accomplie dans certaines limites fixées de temps et de lieu, suivant une règle librement consentie mais complètement impérieuse, pourvue d'une fin en soi, accompagnée d'un sentiment de tension et de joie et d'une conscience d'être autrement que dans la vie courante » ³⁰⁴. On rejoue une forme de « scène primaire » [241] sociétale. « Le jeu consiste ici à être ce que l'on n'est pas et à ne plus être ce que l'on est » ³⁰⁵.

La publicité touristique confirme d'ailleurs ce fait : plus qu'un simple séjour, on propose, en fait, aux individus la possibilité de vivre et d'expérimenter ludiquement des identités et des sociabilités fantasques ³⁰⁶.

On voit se dessiner ainsi, en filigrane des sociabilités de vacances, quelques éléments constitutifs de l'imaginaire touristique. On en retiendra les suivants :

³⁰¹ Ch. Pluss, *L'imaginaire de l'île*, thèse de doctorat, 1987, Paris 7 ; et aussi G. Cazes, L'Île tropicale, figure emblématique du tourisme international, in *Les Cahiers du tourisme*, série C, n° 112, CHET, Aix-en-Provence, juin 1987.

³⁰² H. Raymond, *ibid*, *op. cit.*, p. 325.

³⁰³ R. Caillois, *Les jeux et Les hommes*, *op cit.*

³⁰⁴ J. Huizinga, « Homo ludens ». *Essai sur la fonction sociale du jeu*, Paris, Gallimard, 1951, p. 57-58.

³⁰⁵ A. Laurent, *op. cit.*, p. 180.

³⁰⁶ D. Uzzell, *An alternative structuralist approach to the psychology of tourism marketing*, *op. cit.*

1 / Le retour à la nature, thème traditionnel que reprennent à leur compte beaucoup de voyageurs. Le thème anthropologique d'un ressourcement naturel et cosmique, d'une régénérescence par l'immersion dans la nature-mère, cette dernière étant conçue comme un espace-temps opposé à la vie ordinaire, a depuis longtemps habité la conscience religieuse humaine.

2 / Un ressourcement sociétal par la fusion dans un groupe. « Du fait qu'on passait l'éponge sur tous les critères qui président normalement aux relations sociales et les déterminent : vêtements, professions, situations de famille, etc., et que le lieu de la rencontre, le village, était parfaitement neutre, contrairement à la plupart de ceux qui, dans la vie, définissent ceux qui s'y retrouvent, chacun en était réduit à n'être que ce qu'il paraissait. Degré zéro des relations sociales. » ³⁰⁷

3 / Un paradigme « esthétique », (étymologiquement, le fait d'éprouver ou de sentir en commun) façonne la naissance des groupes (les « Nous ») ³⁰⁸. Il s'agit ici d'une participation à un mythe partagé. Les « Nous » préexistent, en fait, au [242] groupe de vacanciers. Les vacanciers n'inventent pas ces sociabilités ; ils les actualisent seulement en les puisant dans le stock de modèles sociétaux que l'histoire du loisir et des voyages met à leur disposition. Enfin, les « Nous » ont une fonction de *holding*, c'est-à-dire d'environnement humain favorisant et facilitant certains comportements. Ils ont une dimension « maternante ». Fonctionnant sur des modes émotionnels, affectifs et corporels, ils remplissent une fonction d'acceptation de la « réalité » sociale de la part de l'individu. Ils agissent comme des « objets transitionnels » en atténuant les effets négatifs de l'individuation, de la stratification sociale et de la séparation d'avec les autres.

4 / La sociabilité pèlerine constitue une sorte de matrice-mère de la sociabilité communiale de vacances. Comme le note Alphonse Du-

³⁰⁷ Y. Raynouart, Ch. Peyre, *op. cit.*

³⁰⁸ M. Maffesoli, Les tribus en scène, in *Le Magazine littéraire*, Dossier « Individualisme », n° 264, avril 1989.

pront ³⁰⁹, « la société du pèlerinage est une société confondue, donc une société sans catégories ni différences, où âges, sexes, hiérarchies, et même clercs et laïcs se retrouvent dans une communion ». On retrouve le même imaginaire dans les clubs de vacances. La sociabilité pèlerine, autant que celle du voyage, peut être qualifiée de « société égalitaire éphémère ». La société de l'éphémère établit néanmoins, entre tous ceux qui furent unis en un « Nous », une marque de reconnaissance. Elle se prolonge après coup en nostalgie de l'« extraordinaire » vécu pendant le pèlerinage ou durant les vacances, elle s'exprime en promesses de rester en contact par l'échange rituel des numéros de téléphone ou des adresses.

Cette sociabilité d'origine pèlerine est aussi une sociabilité festive.

5 / Une sociabilité ludique qui contient l'idée de jeu sur les masques sociaux, jeu « du masque qui peut être changeant et qui surtout s'intègre dans une variété de scènes, de situations qui ne se valent que parce qu'elles sont jouées à plusieurs » ³¹⁰. [243] C'est ce qui amène certains auteurs à penser que les promoteurs de ce type de vacances « préfigureraient des conduites qui sont à l'éducation vertueuse du citoyen - selon le modèle rustique des auberges de jeunesse - ce qu'était la liberté des Modernes à celle des Anciens chez Benjamin Constant : plutôt le droit dérisoire de choisir le ou les personnages qu'on entend être que la mobilisation au service d'une cause, plutôt le bronzage de la peau que celui de l'âme » ³¹¹. La sociabilité se fonde sur le « comme si » (une « vie jouée »).

(Victor Turner, en analysant quelques pèlerinages en Europe et au Mexique, souligne la coloration ludique de la société pèlerine ³¹². Pour preuve, on peut prendre le nombre de critiques adressées au pèlerinage visant justement cette composante ludique ³¹³.)

³⁰⁹ A. Dupront, *Le Sacré...*, *op. cit.*, p. 408.

³¹⁰ M. Maffesoli, *Le paradigme esthétique*, in Georg Simmel, *La sociologie et l'expérience du monde moderne*, *op. cit.*, p. 108.

³¹¹ P. Bruckner, A. Finkielkraut, *op. cit.*, p. 54.

³¹² V. Turner, *Liminal to liminoid, in play, flow, and ritual : An essay in comparative symbology*, *Rice University Studies*, p. 68.

³¹³ V. Turner, *Image and pilgrimage in Christian Culture*, New York, Columbia University Press, 1978, p. 37.

Alexander Moore compare Walt Disney World à un centre de « pèlerinage » : les touristes qui y entrent dans le monde de Walt Disney accomplissent, en quelque sorte, un voyage ludique hors de l'espace et du temps ³¹⁴. La temporalité liée à une expérience touristique va renforcer la coupure symbolique entre l'*ici* et le *là-bas*, une coupure qui est constitutive de l'exotisme. Tout cela correspond à la catégorie de jeu appelée par Roger Caillois, *Ilinx*, mot grec qui signifie « tourbillon d'eau » et dont dérive le terme grec pour vertige, *Ilingos*, « sorte de spasme, de transe ou d'étourdissement qui anéantit la réalité avec une souveraine brusquerie » ³¹⁵. Ceci explique la recherche, dans les comportements touristiques, [244] d'une perte des repères spatio-temporels, d'une forme « d'extase » (pour se fondre dans un tout).

Un élément reste une constante dans ce processus ludique : une re-définition sociétale permanente ; en papillonnant ainsi d'une sociabilité à l'autre, c'est un véritable néocommunautarisme qu'ébauchent les individus en vacances.

II. LA DOUBLE ORIGINE

[Retour à la table des matières](#)

L'expérience touristique est bien un « jeu sérieux » : l'individu s'y implique totalement. Un gain est attendu : avoir meilleure mine, être plus séduisant et en meilleure santé, connaître d'autres personnes, vivre d'autres expériences érotiques, s'initier à un sport, apprendre ce qui se fait, se porte, se dit, se lit, dans son époque ou sa génération, etc.

³¹⁴ A. Moore, *Walt Disney World*, *op. cit.*

³¹⁵ R. Caillois, *op. cit.*, p. 68.

Un discours métasocial

La sociabilité touristique est néanmoins constituée par le croisement de deux modèles culturels : d'un côté, le modèle « chaud » et convivial issu des communautés émotionnelles et religieuses ; de l'autre, la société de cour qui a insufflé à la sociabilité touristique un côté agonistique de compétition statutaire (entre groupes ou entre individus) ; bref, elle aura hérité de la société de cour un aspect relationnel « froid » et « calculateur », où l'adoption de la dernière mode vestimentaire, langagière, comportementale, est la règle.

Victor Turner estime que par le pèlerinage (et le tourisme), s'exprime un discours métasocial sur la société. Il ne s'agit pas de discours politiques, mais d'un langage comportemental. On conteste en donnant l'exemple de ce que devrait être une « bonne société » : fraternelle et festive. Ainsi, ce que [245] V. Turner nomme la *communitas* se constitue comme une « antistructure ».

En filigrane, la *communitas* remplit une fonction critique des sociabilités de la vie quotidienne. En analysant les pèlerinages dits « populaires », V. Turner a dévoilé leur contenu contestataire. Cette critique collective, sans corpus de revendications précises, contrairement à un mouvement politique, pousse cet auteur à parler d'un discours méta-social présent dans les voyages religieux : une sorte de murmure des foules, qui ne se cristallise dans aucun mouvement sociopolitique habituel.

À l'instar d'autres faits symboliques élaborés par l'homme pendant ses loisirs, le pèlerinage est devenu une critique implicite de la vie moderne ³¹⁶. Il s'agit d'une contestation des types de sociabilités générés par l'évolution socio-économique : la contestation des relations impersonnelles entre les gens, de la division sociale en professions et statuts multiples ; en somme, il s'agit d'une contestation de la *societas* et d'une valorisation nostalgique d'une *communitas*. La « critique implicite » de la *societas* ne passe pas par l'imposition d'un dogme ou d'un corpus idéologique rigide. Elle s'exprime par les corps, les émo-

³¹⁶ V. Turner, *Image and Pilgrimage...*, *op. cit.*, p. 38.

tions et les affects. Le « rationnel » est lui-même remis en question, implicitement, durant le temps des vacances.

Une sociabilité analogique

Rappelons brièvement quelques distinctions que font certains théoriciens entre une communication digitale et une autre analogique ³¹⁷. Ils postulent l'existence de deux niveaux de la communication, un correspondant au contenu, l'autre à [246] la relation induite par la communication. Dans une interaction humaine, on peut communiquer de l'information et aussi un mode d'usage ou de compréhension de cette information, une communication sur la communication, ou une méta-communication ³¹⁸. On peut demander à quelqu'un de faire tel acte ou tel travail et préciser qu'il s'agit d'un ordre, ou d'une plaisanterie. On peut aussi le signifier par le contexte (uniforme, habit de clown, sourire, visage fermé, contexte institutionnel, posture raide ou décontractée, etc.). Ainsi, un message peut être émis (le contenu) et un méta-message peut venir, soit explicitement, soit implicitement par le contexte, se surajouter à l'interaction. Tout ce qui exprime l'aspect didactique de transmission d'informations précises sur les destinations, que les guides ou les compagnies de voyages peuvent nous fournir, entre dans la catégorie de la communication digitale.

Quant à la communication analogique, on peut la définir comme englobant pratiquement toute communication non verbale (posture, gestuelle, mimique, inflexion de la voix, succession, rythme et intonation des mots, vêtements, etc.). Les vacanciers en groupe s'intéressent plus à la sociabilité comme forme que comme contenu - contenu d'ailleurs qui change et prend une orientation selon l'époque, la situation et la composition du groupe. Les blagues, les danses et les modes vestimentaires changent souvent, mais les sociabilités s'y adaptent et les incorporent.

Ce qui est recherché par les candidats au voyage relève d'un autre registre, ils se soucient essentiellement du type de sociabilité qui leur

³¹⁷ P. Watzlawick, J. Helmick Beavin, D. Jackson Don, *Une logique de la communication*, Paris, « Points Seuil », 1979, p. 49.

³¹⁸ *Ibid.*, p. 60.

serait proposé, de l'« ambiance » qui allait caractériser le groupe : c'est ce qui est vendu, avant tout, dans le produit « tourisme organisé ».

En fait, les vacanciers espèrent un groupe qui pourrait accepter des comportements d'agressivité, de convivialité ou [247] de jeu sans réagir négativement. Le « bon » groupe est celui qui accepte les écarts de conduite, qui les tolère et qui ne se disloque pas au moindre comportement inattendu, ou quelque peu dérangeant. Il remplit une fonction « maternante », en excusant d'avance les « bêtises » de ses membres. L'« ambiance » recherchée se présente ainsi comme un espace de jeu relationnel, où l'on ne blesse pas par des paroles ou par des gestes, et où l'on autorise une certaine « irresponsabilité » et inconséquence des actes de la part des individus. Personne ne doit se prendre au « sérieux », notamment en s'abritant derrière un statut social ou une quelconque fonction officielle. Telles semblent être les règles implicites qui fondent les sociabilités de vacances.

En acceptant volontiers de se ridiculiser devant les autres, en jouant à ne pas se prendre au sérieux, on est sûr de s'intégrer au village de vacanciers, « car la capacité à être ridicule indique non seulement la facilité qu'on a à changer de rôle, à être disponible, bon enfant, sympathique, mais encore à se rapprocher des autres, à refuser toute supériorité, marquer que le sérieux n'est qu'une convention d'un autre âge, le signe de gens coincés qui ne savent pas participer » (A. Ehrenberg, p. 141).

Au moyen d'un rituel précis, on prépare le récipiendaire à entrer dans la cérémonie des vacances. Sans manuel ni cours spéciaux de bonne conduite vacancière, il saisit d'emblée ce qu'on attend de lui, en termes de signes et de comportements de décontraction. Un jour peut suffire pour faire d'un client, un *Gentil Membre*. Cette transformation n'est pas le fait de la grande capacité de manipulation des consciences qu'auraient les organisateurs de vacances, mais tout simplement la preuve que ces sociabilités nous sont largement familières et déjà présentes dans nos esprits.

La référence faite au jeu de l'enfant ne doit pas induire en erreur : le comportement touristique n'est pas une régression psychologique, un « retour » pathologique à l'enfance. En effet, il est excessif de dire que la « recherche fantasmatique [248] du séjour prénatal et l'univers

du Club Med coïncident sur un certain nombre de points : la disponibilité de l'homme en vacances et la priorité donnée à ce moment-là à la réalité psychique sur la réalité du vécu quotidien facilitent le processus de régression » ³¹⁹.

Cela étant, le jeu ne relève pas exclusivement de l'enfance ; s'y adonner à l'âge mûr n'exprime pas forcément une pathologie psychique. Il faut insister ici sur l'importance du jeu dans le psychisme humain : il ne s'agit pas d'un retour à des stades archaïques, mais d'une aspiration positive à comprendre le monde extérieur.

III. JEU ET COMMUNICATION

Le positionnement de soi

[Retour à la table des matières](#)

Ce phénomène s'observe durant le voyage. Étant donné que les gens ne se connaissent pas avant le départ, les premiers jours du circuit se passent, du moins en termes de relations humaines, en tâtonnements, à la recherche d'un modèle de fonctionnement satisfaisant pour tout le monde. Pour décider du genre de relations à adopter, personne, évidemment, ne s'installe à une table pour en discuter. Les gestes de sympathie, ou de distance, s'adressent à tout le groupe ; quand un individu les accomplit, il propose implicitement le type de sociabilité où il se sent le plus à l'aise. L'individu formule un message indirect qui concerne les relations qu'il veut établir avec les autres membres. Il s'agit d'une méta-communication sur les sociabilités voulues dans le groupe.

³¹⁹ B. Stora et G. Amado-Fichgrund, *Psychanalyse et stratégie d'entreprise*, Paris, CESA, 1974, cote BN 4° 13 265 (11), p. 3.

Pour donner une idée de ce phénomène, on peut se référer [249] à un exemple cité par G. Bateson ³²⁰. Cet auteur note que si l'on ouvre un réfrigérateur et qu'un chaton vient se frotter contre nos jambes en miaulant, cela ne veut pas dire seulement « je voudrais du lait », ce que pourrait exprimer par là un être humain, mais renvoie à une demande spécifique : « sois une mère pour moi ». Un tel comportement ne s'observe que chez les chatons envers les chats adultes, mais jamais entre deux animaux adultes. Il semble possible d'étendre l'observation à l'ensemble du tourisme organisé ; que ce soit dans un hôtel, ou dans un village de vacances, on constate chez les vacanciers une demande de prise en charge affective. L'attente des clients ne concerne pas uniquement la qualité des services, mais plutôt la coloration « psychologique » des prestations.

On attend du personnel hôtelier une attitude bienveillante, une disponibilité permanente et une protection contre les incertitudes du monde extérieur « exotique ». Beaucoup de veilleurs de nuit, d'animateurs de vacances ou d'accompagnateurs se retrouvent ainsi investis, souvent contre leur gré, d'une fonction de conseiller matrimonial, de confident ou de parent de substitution. Dans l'univers des auberges de jeunesse, on n'hésite pas à appeler le directeur du lieu, mère ou père aubergiste. Chez les compagnons du tour de France, la « mère » désigne aussi bien la maison du séjour que la femme qui s'en occupe, soit directement en tant que directrice, soit en tant qu'épouse du gérant.

Au-delà d'une simple transaction commerciale, le tourisme se présente clairement comme un échange symbolique. En contrepartie de l'argent versé, le client attend plus que des prestations hôtelières, il veut un espace de jeu et de liberté, une aire d' « irresponsabilité » limitée où il puisse jouer sous l'œil bienveillant et compréhensif de l'institution touristique.

[250]

Dans les pays pauvres, le touriste peut quelquefois étendre cette attente à l'ensemble de la société visitée. Ce que l'on dénonce alors, dans le tourisme, comme étant un comportement arrogant ou une atti-

³²⁰ G. Bateson, A theory of play and fantasy, *Psychiatric Research Reports*, 2, 39, 51, 1955 in P. Watzlawick, J. Helmick Beavin, D. D. Jackson, *Une logique de la communication*, op. cit , p. 61.

tude d'enfants gâtés, s'explique ainsi par ce rêve d'omnipotence qui habite le touriste.

La communication

En somme, on peut dire que les communications entre les organismes de vacances et leurs adhérents se font sur deux niveaux :

1 / Un niveau digital : l'organisme donne une information pratique sur le séjour correspondant au produit proposé (hébergement, prix, durée, etc.) et une information indirecte sur le mode relationnel proposé.

2 / Un niveau analogique où le message émis consiste à rappeler que « ceci n'est qu'un jeu » (« nous mettons en scène vos vacances, nous vous proposons un scénario, et il vous appartient d'interpréter convenablement tout rôle que vous voudriez jouer »).

Le club de vacances délimite une aire de jeu, instaure quelques règles concernant les relations entre les vacanciers et se tient « à l'écart », disponible en cas de besoin, assurant la sécurité des gens. Certains villages n'hésitent pas d'ailleurs à ériger des murs ou à employer des gardes armés pour encourager les participants à vivre leurs ébats en toute quiétude. Un voyageur allemand a même proposé, sans gêne aucune, des séjours de vacances dans un camp de concentration hitlérien, aux Pays-Bas. Les vacanciers interrogés ne comprenaient pas que la formule puisse choquer (France 2, fin avril 1994). Tous n'étaient pas adeptes de l'idéologie hitlérienne.

Pour revenir au domaine de la communication analogique, on pourrait dire que, généralement, l'organisme de vacances [251] « vend » une vacance de valeurs, autrement dit, il permet aux participants certains écarts, il les « autorise » à jouer et à se défaire de leurs identités sociales. Cette « autorisation » vaut vacance morale et civique pour l'individu. L'organisme de voyage sert de caution morale, et développe d'ailleurs un discours qui légitime les comportements. Sachant qu'ils répondent à une attente importante du public, certains

voyagistes se perçoivent comme des bienfaiteurs d'une certaine humanité.

Il existe un autre aspect de la communication touristique qu'il faut élucider. On peut dire que « tout échange de communication est symétrique ou complémentaire, selon qu'il se fonde sur l'égalité ou la différence » ³²¹.

Prenons le cas général d'un voyage organisé, tout se passe comme si le groupe de vacanciers cherchait d'abord une définition de soi, en tant que groupe, avant d'octroyer des identités aux participants. Comme dans toute représentation théâtrale, on distribue les rôles, et cela peut susciter des mécontentements. L'animateur intervient alors pour rappeler que tout ceci n'est qu'un jeu, qu'il ne faut pas prendre au tragique. Il fait appel alors au sens de l'humour de chacun.

Une négociation portant sur la définition de soi parmi les autres devient l'enjeu principal des sociabilités, mais toujours sur un mode ludique. On joue différents personnages, on utilise divers masques, jusqu'à en trouver un à sa mesure et qui soit accepté par le groupe (le boute-en-train, le distrait, le grand dadais, etc.). En effet, l'individu n'est pas l'acteur unique et l'auteur omnipotent de la communication, il y participe avec d'autres. Sans cela, la négociation en vue d'une reconnaissance de soi deviendrait harassante et ferait de la micro-société en voyage un lieu de thérapie de groupe. Ce n'est pas toujours le cas heureusement, même si, ici et là, j'entends certains guides et accompagnateurs de voyage se plaindre de « jouer au psychanalyste du dimanche ».

[252]

La sociabilité comme produit touristique

La communication analogique colore aussi les relations entre les vacanciers et l'organisme vendeur de vacances, représenté par l'accompagnateur de voyage ou le guide. Pendant les réunions préparatoires au voyage que j'organisais à Paris, le contenu même du « produit » vacances ne suscitait pas une divergence d'opinion ou une discussion.

³²¹ *Ibid.*, p. 68.

Tout le groupe acceptait, en général, le circuit proposé et les modalités pratiques du séjour. Le désaccord portait en général sur la relation même entre le vendeur et l'acheteur, entre le voyageur et le consommateur de voyage. La question implicitement posée peut se résumer, certes, d'une manière caricaturale, ainsi : « Quel personnage me permettez-vous, d'être ? Autrement dit, que nous proposez-vous, en termes de modèles identitaires, et donc de sociabilités, durant ce séjour ? »

Un individu X énoncera la proposition suivante « Voilà comment je me vois », l'individu Y confirmera l'assertion et se définira, lui aussi, en fonction de X et du « Nous » constitué par le groupe. Le « Nous » se constitue ainsi, par l'intermédiaire de la règle de symétrie acceptée par tous. Chacun campe le personnage qui lui est attribué - même s'il ne lui sied pas - en laissant les autres faire de même, toujours en fonction de la contrainte importante, « la bonne ambiance ». L'intégration au groupe se fait selon la contribution qu'apporte le vacancier à l'atmosphère collective conviviale. Le « ici et maintenant » prime. Comme le note d'ailleurs la brochure du Club Méditerranée, il faut accepter « le jeu de vivre dans une société différente... sans barrières sociales » car « l'établissement de ce genre de relations est impossible dans la vie réelle » (Trident 69) ³²².

Certains vacanciers prennent à la lettre le contenu de ces [253] relations, ils se plaignent de l'insincérité de leurs compagnons de voyage ou de séjour, de l'absurdité, pour ne pas dire de l'ineptie des loisirs proposés. Ils se voient qualifiés par les autres participants de gens « qui n'ont rien compris » (sous-entendu que « ce n'était qu'un jeu »).

La micro-société de vacances apparaît ainsi comme une fin à rechercher pour elle-même dans les vacances organisées ³²³. Elle est jugée plus « authentique » que d'autres microsociétés de la vie quotidienne.

En prenant en compte quelques observations formulées par E. Sapir concernant la notion d'« authenticité », on peut comprendre différemment l'acceptation que lui donne D. Maccannell, pour expliquer les

³²² A. Laurent, *op. cit.*, p. 84.

³²³ *Ibid.*, p. 104.

motivations de vacances ³²⁴. En effet, Edward Sapir oppose les cultures « authentiques » (*genuine cultures*) aux cultures « inauthentiques » (*spurious cultures*). Définie comme étant la parfaite adaptation et adéquation de l'individu à la culture de son groupe, l'authenticité suppose de la part des sujets une adhésion intime, une acceptation profonde des valeurs collectives. « Il est probable que seuls des groupes restreints, des groupes dont les membres sont liés entre eux par des rapports spirituels directs et intenses, ont connu des cultures authentiques. » ³²⁵ L'« authenticité » culturelle est ainsi dépendante de la taille de la communauté. E. Sapir cite comme exemple Athènes, à l'âge de Périclès, Rome sous Auguste, les cités italiennes indépendantes à la fin du Moyen Age, Londres au temps d'Elizabeth Ier, Paris au cours des trois derniers siècles, comme étant des exemples de groupes restreints, culturellement autonomes et « authentiques ». En ce qui concerne les voyages organisés, on peut constater, paradoxalement, que [254] l'expérience de la vie de groupe constitue souvent la seule expérience « authentique » des touristes. En effet, la quête d'« authenticité » s'exprime dans le tourisme de groupe par un désir d'appartenir à un « Nous ». La constitution d'un Nous apparaît comme une condition de l'« authenticité ». Autrement dit, c'est l'adhésion à un « Nous » qui permet à l'individu d'échapper à la masse et à la différenciation sociale. G. Gurvitch signale que plus le « Nous » est intense et fort, moins il apparaît oppressif et extérieur (*Traité de sociologie*, p. 37). Cela correspond, dans la typologie des sociabilités que dresse l'auteur, à la « communion ». Dans le cas où le « Nous » est diffus, anonyme, faible en intensité relationnelle, cas correspondant à la « masse », l'individu vit une situation sociétale faible en intensité communicationnelle, mais forte en pression. L'aspect superficiel et inconsistant du « Nous » se traduirait, selon G. Gurvitch, chez l'individu vivant dans la masse par un « moi-homme » faible et inconsistant. Il devient un « numéro » dans la masse. Apparaît ainsi un phénomène sociétal, que G. Gurvitch explique par ce qu'il appelle une « réciprocité de perspectives » : une personnalité, une individualité « authentique », serait conditionnée par l'existence d'un « Nous » fort (la communion). Et

³²⁴ D. McCannell, Staged authenticity Arrangements of social space in tourist settings, in *American Journal of Sociology*, vol. 79, Number 3, 1973, p. 589-603.

³²⁵ E. Sapir, *Anthropologie*, Seuil, « Points », 1967, p. 353.

c'est l'intensité de celle-ci qui engendrerait justement une individualité forte. Si l'on accepte cette dièse, on est en droit de dire qu'une expérience « authentique » dans le tourisme signifie l'inscription de l'individu dans une sociabilité communuelle.

IV. UNE RESOCIALISATION

[Retour à la table des matières](#)

Les touristes sont évidemment conscients de l'aspect éphémère, occasionnel, exceptionnel de la période de vacances. Ils ne prétendent pas fonder une secte ou une micro-société « polynésienne ».

[255]

Une schismogénèse

Le terme de schismogénèse, quelque peu savant, est dû à G. Bateson ³²⁶. L'auteur s'est d'abord intéressé aux relations hommes-femmes dans une culture, il a voulu comprendre « comment le comportement des femmes pouvait susciter et déterminer celui des hommes et réciproquement » ³²⁷. En 1953, G. Bateson, séjournant en Nouvelle-Guinée dans la tribu des « latmul », a noté un mode d'interaction entre les individus qui l'a intrigué.

Il a remarqué « un processus de différenciation des normes du comportement individuel à la suite d'une interaction cumulative entre individus » ³²⁸. Il nomme ce phénomène schismogénèse (c'est-à-dire un processus d'interaction pouvant, en premier lieu, déterminer le caractère d'un individu, et, au-delà, créer une tension intolérable). Cela se traduit par deux types de relations entre groupes ou entre individus. Un premier type est illustré par la dyade soumission-obéissance (la relation d'une mère et d'un enfant, ou celle du médecin avec un patient, etc.). Il qualifie ce type de « schismogénèse complémentaire ».

³²⁶ G. Bateson, *La cérémonie du Naven*, Paris, Minuit, 1971.

³²⁷ G. Bateson, *La nature de la pensée*, Paris, Seuil, 1979, p. 198.

³²⁸ P. Watzlawick *et al.*, *op cit*, p. 65.

C'est-à-dire des séquences d'interaction où les actions des individus A et de B sont différentes, mais s'adaptent l'une à l'autre.

Dans l'autre type, un groupe A qui fonctionne sur le modèle de la vantardise se voit répondre par un groupe B sur le même mode ; A répond à B, qui lui répond sur le même mode. Une surenchère s'enclenche ainsi dans un jeu sans fin. C'est ce que G. Bateson appelle une « schismogénèse symétrique ». Dans le premier cas, il y a deux positions différentes ; le jeu consiste à maintenir la distance entre deux positions qui se complètent. Les relations complémentaires [256] fonctionnent ici sur une logique de maximalisation de la différence, alors que dans le dernier cas, l'égalité et la minimisation des différences est la règle.

Relations symétriques

En effet, on peut estimer que le type relationnel proposé aux vacanciers des villages de vacances se caractérise par une logique de symétrie relationnelle. Les partenaires ont tendance à adopter un comportement en miroir, une forme de surenchère dans l'égalité ; c'est à qui sera le plus décontracté, le moins susceptible, le plus simple, ou à qui acceptera facilement de se ridiculiser. Cette logique, une fois en branle, entraîne une circulation des statuts, des corps et des affects, et engendre une communauté émotionnelle.

Ce degré zéro de la relation sociale dont parlent les sociologues qui ont analysé la vie dans les clubs de vacances, me semble plutôt être le degré suprême d'une relation symbolique intense. Quand l'interaction symétrique n'est pas pathologique, elle permet une définition de soi ludique, assez structurante pour les individus. Ceux-ci s'acceptent mutuellement tels qu'ils sont, ou tels qu'ils veulent se présenter. Il y a là un « gain » psychologique certain pour l'individu. Certains vacanciers adoptent même définitivement le rôle qu'ils ont choisi, pour en faire un métier, ou, à défaut, une façon d'être générale, dans leur vie privée et professionnelle. Le « huis clos » sociétal, que représente le club ou le village de vacances avec son code social minimal, favorise une logique passionnelle. On y observe alors le développement d'un « autisme de groupe », en référence au nombre limité de contacts qu'éta-

blissent : les touristes avec la population des pays visités. Ainsi, on peut définir la sociabilité communielle comme étant un modèle de relations basées sur des échanges symétriques, égalitaires, supposant et générant dans le même mouvement un « Nous » où fusionnent les consciences individuelles.

[257]

Relations complémentaires

Il est certain que l'observation sur le terrain ne confirme pas, terme à terme, et d'une façon parfaite, l'existence de la « communion ». Celle-ci reste une virtualité, une logique souterraine des comportements, elle ne correspond pas à une structure sociale précise, à l'instar d'une Église ou d'une secte. Il ne s'agit pas d'une entité collective réelle et organisée.

De même, la sociabilité « communielle » n'est pas *stricto sensu* une « survivance » du passé, mais une forme. Il s'agit d'une modalité relationnelle présente dans les petites communautés, qui s'est éloignée de ses contenus religieux ou culturels. Elle a subi une « cristallisation » autour d'un contenu, dans certains comportements humains et à des époques différentes, comme, par exemple, le pèlerinage ou le compagnonnage.

Une des caractéristiques de la sociabilité curiale est l'importance que prend l'étiquette (l'obsession de « garder son rang »). Une nécessité de se différencier, de se distancier des autres courtisans est la règle. Cela se traduit, dans la « bonne société » aristocratique, par une planification calculée du comportement de chacun en vue de s'assurer, dans la compétition et sous une pression permanente, des gains de statut et de prestige par une stratégie appropriée. « Dans chaque "bonne société"..., l'isolement, l'appartenance à la "bonne société" sont les fondements de l'identité personnelle aussi bien que de l'existence sociale de chaque individu », note Norbert Elias ³²⁹.

³²⁹ N. Elias, *La société de cour*, *op. cit.*, p. 85.

Il n'en est pas de même, évidemment, pour les touristes modernes. Leurs identités personnelles ne dépendent pas directement de l'appartenance à la société du voyage, épisodiquement réinventée. Cependant, le soin apporté à paraître, à être vu dans tel endroit, à se prévaloir d'avoir visité tel ou tel pays, site ou lieu à la mode, est indéniable chez les touristes.

[258]

À la suite de T. Veblen, divers auteurs considèrent que le phénomène des vacances révèle une logique agonistique. Cela suppose, comme dans toute compétition, l'existence d'un public-arbitre, qui juge de la performance des uns et des autres, et qui décide d'accepter ou de refuser la définition de soi que donne un groupe ou un individu. Norbert Elias relève que le noble, « quel que soit son titre de noblesse [...] il ne fait partie de la "bonne société" que pour autant que les autres en sont convaincus, qu'ils le considèrent comme un des leurs » ³³⁰.

Par conséquent, une logique de conformité à un code, à des règles de jeu acceptées par la société globale se dévoile, y compris chez les adeptes de la différenciation à tout prix. Se distinguer, c'est aussi se comparer, c'est évaluer la distance entre soi et l'autre. On a besoin de l'autre comme repère. Il y a une complicité entre celui qui veut se distinguer et le « non-distingué », car les deux jouent au même jeu social et en acceptent les règles. Il existe une complémentarité entre eux.

La logique communielle ne s'oppose à la logique de distinction (interaction symétrique versus interaction complémentaire) que quand elle veut changer les règles du jeu. Le Club Med, en déplaçant les enjeux et les règles du jeu, ou du moins en le tentant implicitement, présente un caractère quelque peu subversif dans le tourisme. Il a mis l'accent, non plus sur le statut social et le revenu, en tant que critères de distinction, mais sur le corps, la sensualité, les compétences sporti-

³³⁰ N. Elias, *ibid.*, p. 86.

ves, la « popularité » et la capacité relationnelle de l'individu. Alors que le tourisme social s'acharne à amener, à moindre frais, les couches populaires sur les lieux de villégiature des riches, le Club Med transporte la fête populaire sur les lieux de vacances des classes moyennes. De ce point de vue, cet organisme a été précurseur (je n'en fais pas l'apologie bien sûr : je constate seulement l'originalité de la formule).

[259]

**Imaginaire touristique
et sociabilités du voyage.**

CONCLUSION

Espace de vacances et aire de jeu

[Retour à la table des matières](#)

Le pèlerinage et le tourisme présentent ainsi un « squelette » symbolique commun, qui est le rite de passage. Celui-ci renvoie à un invariant anthropologique qu'on va tenter d'élucider à partir d'études concernant les relations de l'enfant au monde extérieur : l'hypothèse majeure est qu'il existe une homologie de structure entre l'aire de jeu de l'enfant et les rituels de vacances.

***UNE RELATION CONFIANTE
À L'ESPACE EXTÉRIEUR***

Le jeu de l'enfant, aux dires de certains psychanalystes, est l'expression d'une relation de confiance établie avec l'espace et l'entourage immédiat ³³¹. Ainsi se crée une « aire de jeu » (ou espace d'illusion) comme élément intermédiaire entre le monde subjectif du petit d'homme et le monde extérieur. Cette expérience enfantine de l'adé-

³³¹ D. W. Winnicott, *Jeu et réalité. L'espace potentiel. op. cit.*

quation confiante avec l'environnement peut être envisagée comme une matrice [260] symbolique façonnant les sociabilités de vacances telles qu'on les observe actuellement.

Le pèlerinage et le tourisme de groupe génèrent un espace-temps spécifique, qui s'accompagne d'une certaine convivialité et d'une forme d'autisme de groupe. Il n'est que de méditer sur le développement croissant des « bulles » touristiques pour s'en convaincre. L'Aquaboulevard de Paris, un quelconque village de vacances, les Center Parcs, les croisières, et les parcs de loisirs constituent de bons exemples. La « bulle » touristique ainsi construite, concrètement ou dans l'imaginaire des participants, rappelle inévitablement les procédés qu'utilisent les enfants pour s'adapter à l'environnement (l'espace potentiel). Dans le cas du voyage, le référent symbolique se compose des modèles et des traditions de mobilité spatiale et de loisirs propres à une culture ou à une couche sociale (l'équivalent symbolique de la mère serait alors la société ou la microsociété où vit habituellement le touriste).

L'espace potentiel entre la mère et l'enfant est un lieu de constant va-et-vient entre séparation et union, un lieu de négociation de la discontinuité affective. L'objet transitionnel (une poupée, un bout de tissu ou un ours en peluche) est là pour que cette transition entre absence et présence de la mère se passe sans traumatisme pour l'enfant. C'est ce lieu que D. Winnicott pose comme un espace premier d'expériences, où viennent petit à petit, se situer nos jeux, puis notre vie culturelle - dont, bien sûr, l'imaginaire touristique fait partie.

ETRE EN JACHÈRE

C'est sous ce titre qu'est paru un article fort étonnant de Masud Khan. L'auteur s'inspire d'une pensée de Rainer Maria Rilke disant que « finalement, chaque homme fait dans [261] sa vie l'expérience d'un conflit unique qui réapparaît constamment sous des déguisements différents » ; M. Khan estime que nous sommes également nostalgiques d'un « accord parfait » avec le monde. Le conflit unique dont parle R. Maria Rilke, devient sous la plume de M. Khan un accord unique avec soi et avec le monde. Il postule en effet l'existence d'une expérience de soi unique, non conflictuelle, intime et personnalisée ;

expérience qu'il nomme métaphoriquement une forme d' « être en jachère ». Cette disposition individuelle n'est pas un état d'inertie, de nonchalante vacance ou d'oisive tranquillité d'esprit. Il ne s'agit pas non plus « d'un oubli délibéré de la finalité ou des exigences de l'action » ³³².

Les sociétés modernes persistent à nier le besoin qu'a l'individu de jouir de son intimité, d'être non intégré, bref, d' « être en jachère ». La conception moderne du loisir, selon Jean Baudrillard, illustre une quasi-impossibilité de perdre notre temps ³³³. L'individu vit ainsi une difficulté de disposer de soi, de perdre son temps et d'être en jachère : il ne peut se comporter face à lui-même sans but réfléchi et sans que l'ennui, la culpabilité, le sentiment d'échec et le besoin de « faire » absolument quelque chose ne soient au rendez-vous. La quasi-obligation de « faire quelque chose » pendant ses vacances, de les réussir, ôte tout caractère de gratuité aux activités récréatives modernes. A tel point que l'on revient des vacances aussi fatigué qu'on l'était au départ. Pour Masud Khan, « la recherche désespérée du loisir et le désir concomitant de distractions qui remplissent le vide d'un loisir donné de l'extérieur à l'individu sont le résultat de notre incapacité à comprendre le rôle et la fonction du besoin d'être en jachère dans la psyché et la personnalité humaine ». Il ajoute que les moyens d'amusement des cultures modernes [262] ont exploité ce vide à des fins commerciales et noyé le citoyen sous un flot de distractions toutes faites, de sorte que la conscience de la nécessité à développer des ressources personnelles pour faire face aux états de jachère ne peut se réaliser comme une expérience intime. Le drame des vacances, dont l'étymologie suggère l'idée de vacuité, c'est justement l'impossibilité de faire le vide, de vivre un temps à soi vide de toute finalité sociale. C'est une des raisons qui me poussent à voir dans le touriste, non pas l'antithèse du voyageur de jadis mais bien son rejeton, mal dégrossi certes, mais issu du même univers symbolique. Les deux sont friands d'une nécessité de *faire* et d'une valorisation de l'action. Aussi l'opposition pertinente, à mon sens, s'observe-t-elle, non pas entre le touriste et le véritable voyageur, mais entre le touriste-voyageur et le flâneur.

³³² M. Khan Être en jachère. Examen d'un aspect du loisir, in revue *L'Arc*, Aix-en-Provence, 1977, p. 52-57.

³³³ J. Baudrillard, *La société de consommation*, op. cit., p. 244.

Le loisir des Romains est par excellence le temps qu'on passe à s'occuper de soi-même. Ceci peut paraître un truisme si une idée de conversion à soi (*ad se convertere*) ne vient pas corroborer et renforcer cette notion d'être en jachère. En effet, l'objectif final de la « conversion à soi » est d'établir un certain nombre de relations à soi-même. « Ces relations sont parfois conçues sur le modèle juridico-politique : être souverain sur soi-même, exercer sur soi-même une maîtrise parfaite. » ³³⁴

(Les comportements des groupes de vacanciers sont également générateurs d'un modèle sous-jacent de sociabilité idéale, qui est d'origine religieuse : c'est un imaginaire de la communion.)

M. Foucault note aussi que le retournement sur soi, auquel invitent Sénèque, Plutarque et Epictète, est en réalité un retournement sur place : il n'a pas d'autre fin ni d'autre terme que de s'établir auprès de soi-même, de « résider en soi-même » et d'y demeurer. Que signifie, dans le cas d'un groupe, ce « retour auprès de soi-même », ce [263] besoin, s'il existe, de résider en soi-même ? Autrement dit, à quelle structure imaginaire renvoie ce « Nous » ³³⁵ du groupe de voyageurs ?

L'AIRE D'ILLUSION

Pour résumer brièvement une des thèses de D. Winnicott, disons que pour lui, l'objet transitionnel, dernière « possession non-moi » de l'enfant, peut être considéré comme le modèle de l'objet culturel, et les phénomènes transitionnels, comme la première forme des manifestations très diverses - art, religion, vie imaginaire, etc. - qui caractérisent la vie de l'adulte.

Le mot transition doit être pris au pied de la lettre. Pour que le bébé, renonce à l'omnipotence magique du premier âge et affronte victorieusement l'épreuve de la réalité, c'est-à-dire qu'il reconnaisse l'existence d'une réalité extérieure à la réalité interne, il a besoin qu'entre le « dehors » et le « dedans », une aire intermédiaire d'expérience se dessine, qui n'appartienne ni à l'une ni à l'autre, qui ne soit, à la lettre, nul-

³³⁴ M. Foucault, *Résumé des cours*, Paris, Julliard, 1989, p. 151.

³³⁵ G. Gurvitch, *Traité de sociologie*, t. 1, *op. cit.*, p. 174.

le part, et dont l'objet élu (mouchoir, bout de tissu, coin de drap, etc.) représente le fragile et le précieux témoignage.

Rien de plus illusoire qu'une telle transition, mais sans cette illusion préalable, la désillusion, qui doit suivre l'entrée dans la vie et la séparation d'avec la mère, ne saurait être acceptée. L'espace potentiel ainsi aménagé survit à la désillusion. Il devient progressivement l'espace du jeu - ou l'aire d'illusion - puis celui de la culture. « L'acceptation de la réalité est une tâche sans fin » nous dit D. Winnicott, et « nul être humain ne parvient à se libérer de la tension suscitée par la mise en relation de la réalité du dedans et de la réalité du [264] dehors »³³⁶. D'où il résulte que ces phénomènes de transition se poursuivent tout au long de notre vie.

L'objet transitionnel offre ainsi :

- la possibilité d'un passage entre le monde intérieur et le monde extérieur ;
- la possibilité d'une création d'un espace/temps spécifique qui permet la conjuration de la discontinuité affective (la séparation avec la mère) - et donc, l'appriivoisement du temps.

On peut tout à fait rapprocher ces possibilités qu'offre l'objet transitionnel de celles que donnent les mythes dont le rôle, selon CI. Lévi-Strauss et G. Bachelard, est de conjurer les menaces et la discontinuité du temps qui passe.

DE L'EXOTISME

L'enfant crée son objet, il le fait sien, mais en même temps, cet objet concret est déjà là. Il l'investit affectivement, nous dit D. Winnicott. Si on transpose ces réflexions au domaine du tourisme, on s'aperçoit que le touriste crée son objet exotique (qu'il s'invente son Pérou) mais que cet objet existe déjà. La notion d'exotisme (l'invention de

³³⁶ B. Pingaud, Une tâche sans fin, revue *L'Arc*, 1977, p. 174.

pays exotiques qui préexistent au touriste) obéit au même principe du jeu chez l'enfant. C'est une illusion « utile ». (Par invention de pays exotique, j'entends signifier le fait qu'un lieu est réinterprété, symboliquement, à savoir que par une forme de réduction sémiologique, un site est réduit à une ou deux de ses caractéristiques du moment (Tunisie égale plage, Thaïlande égale sexe, etc.). L'épaisseur historique et civilisationnelle [265] que suggèrent ces deux pays est gommée ; c'est ainsi que naissent alors une Tunisie ou une Thaïlande, pour touristes.

Victor Segalen perçoit bien le lien existant entre le monde de l'enfance et l'exotisme. « L'exotisme pour lui (l'enfant) naît en même temps que le monde extérieur. Est exotique, au début, tout ce que ses bras ne peuvent atteindre. Est exotique tout ce que l'enfant veut » (in *Essai sur l'exotisme*, p. 54).

L'imaginaire exotique est là pour appréhender et incorporer un « Ailleurs » souvent perçu comme menaçant. Historiquement, la motivation exotique a reposé sur un sentiment ambivalent, attraction ou répulsion, à propos de ce qui est loin ou différent. Cette notion, dans les sociétés occidentales, a été concomitante d'une rêverie sur l'existence de pays paradisiaques, quand ce n'était pas tout simplement la croyance en l'existence d'un paradis sur terre. Ce paradis est souvent situé sur une île, car celle-ci est par nature « un lieu où le merveilleux existe pour lui-même hors des lois communes » ³³⁷.

L'insularité offre un espace physique et symbolique idéal pour l'émergence de la rêverie exotique ³³⁸. La bulle transparente où évolue l'enfant n'est pas loin de correspondre à ce schéma, du moins de par sa fonction psychosociologique. La prégnance du thème de l'île dans l'imaginaire touristique, thème largement exploité par les publicitaires, nous renvoie, en bien des points, directement à l'univers clos et magique de l'enfant jouant. Peu de créations fantasmatiques ne s'accompagnent pas de la nostalgie d'un paradis perdu ; de même, peu de rêveries exotiques ne s'accompagnent pas de l'idée de retour vers un âge d'or où l'homme ne faisait qu'un avec le cosmos. Dans ces conditions, on peut parler du tourisme comme d'un voyage dans un temps personnel et collectif.

³³⁷ Cl. Kappler, *Monstres, démons et merveilles à la fin du Moyen Age*, Paris, Payot, 1980, p. 35.

³³⁸ Ch. Plüss, *L'imaginaire de l'île*, thèse de doctorat, Paris 7, 1988.

[266]

L'EXOTISME COMME UN OBJET TRANSITIONNEL

C'est moins l'image exotique, banalement stéréotypée, qui, en soi, est attirante que l'idée de passage, induite par le rapport entre le monde terne et celui de la couleur. Ce qui compte, ce ne sont pas d'abord les caractéristiques d'un paysage exotique, qui est souvent très schématique, mais le fait qu'il représente une altérité, une étrangeté, qu'il offre le rêve d'une fuite possible, même dans l'utopie.

L'exotisme apparaît ainsi comme ce qui facilite et rend moins anxiogène l'appréhension de l'inconnu, du « tout autre » - expression qu'utilise Rudolf Otto pour définir le sacré³³⁹. Il est une construction sociale pour apprivoiser le mystérieux et le fascinant (quitte à réinventer continuellement ce *mysterium* et ce *fascinants* afin de les maîtriser homéopathiquement). Il est déjà là de par la littérature, les contes, les diverses images accolées à ce qui est différent. C'est aussi une création permanente, dans la mesure où les critères exotiques sont l'objet d'une perpétuelle reformulation : la Provence était encore exotique il y a peu de temps.

L'exotisme fait bien partie du trajet anthropologique dont parle Gilbert Durand, notion qu'il définit comme « l'incessant échange qui existe au niveau de l'imaginaire entre les pulsions subjectives et assimilatrices et les intimations du milieu cosmique et social ». Notons que l'auteur se réfère explicitement à un psychologue (J. Piaget) pour poser le symbolique comme le produit des impératifs bio-psychiques et des impératifs du milieu. Il pense que « finalement, l'imaginaire n'est rien d'autre que ce trajet dans lequel la représentation de l'objet se laisse assimiler et modeler par les [267] impératifs pulsionnels du sujet, et dans lequel réciproquement (...) les représentations subjectives s'expliquent par les accommodations antérieures du sujet au milieu objectif »³⁴⁰.

³³⁹ R. Otto, *Le sacré*, Paris, Payot, 1921.

³⁴⁰ G. Durand, *Les structures anthropologiques de l'imaginaire*, op. cit., p. 38.

Cependant, cette interaction avec le milieu environnant passe par des filtres (ou codes) culturels que l'on peut poser comme les résultats d'une première accommodation faite par d'autres individus et qui nous préexiste : les diverses images accolées à un pays et dont on se sert pour voyager, même si l'on ne s'illusionne pas sur leur véracité. Ces filtres sont ensuite utilisés comme moyens d'une adaptation, d'une accommodation originale et sans cesse réinventée, d'une culture ou d'un individu à son environnement. Ainsi se constitue une sorte de grille de lecture du monde (une forme des catégories kantienne ?) dont on se sert par économie d'énergie psychique et physique. On s'en contente, dans un premier temps, pour après l'enrichir par d'autres images. Celles-ci, à l'instar du jouet de l'enfant, viennent s'interposer entre l'individu et l'étrangeté du monde. Elles nous servent de béquilles psychologiques pour apprivoiser l'extrême altérité. Ainsi en va-t-il pour le jouet du bébé : il est là parce que la mère est absente ; donc il constitue le résultat de cette absence ; mais, il est aussi un moyen de conjurer cette absence. Plus tard, il sera remplacé par d'autres objets de nature diverse mais ayant la même fonction transitionnelle.

La manière dont l'appréhension de l'univers extérieur se fait dans le tourisme moderne, aussi bien chez l'individu que chez des groupes, suggère que deux éléments sont requis, pour voir la naissance d'un exotisme :

- *Un lieu d'où « rêver »*, à savoir la désignation et l'élection d'un objet touristique, qui emprunte largement à l'histoire et au passé religieux ou mythologique d'une culture ³⁴¹. Il serait imprudent de qualifier les engouements actuels pour [268] certains lieux, comme la montagne, de phénomènes inédits de la modernité occidentale, tant ils sont présents dans l'histoire religieuse ³⁴².

- *Une communauté de « rêveurs »* (ou d'exotes) générant (et générée par) une communauté de rêve, au sens d'affinités, de complicité et de partage d'émotions entre personnes mues et réunies par la même quête de l'Ailleurs, du « tout autre ». Autrement dit, le tourisme est

³⁴¹ R. Duchet, *Le tourisme à travers les âges*, op. cit.

³⁴² D. Maccannell, *The tourist*, op. cit.

toujours une œuvre collective, y compris quand il est accompli par le plus solitaire des voyageurs.

À l'élection d'un lieu touristique répond, par une genèse réciproque, la formation d'un public, d'une communauté éphémère d'élus.

La véritable antithèse du touriste n'est pas le voyageur, mais le... badaud, c'est-à-dire celui qui ose s'intéresser à un site, un objet, un événement non signalés par le guide, et ne relevant pas du domaine du tourisme ; en résumé, un individu qui déambule sans but, laissant le hasard guider ses pas. La parfaite disponibilité à soi, le retour sur soi à la recherche d'une vacuité, relève, à bien des égards, d'une expérience intérieure ou mystique intense et parfois déstabilisante. Peu d'entre nous y parviennent, tant nous sommes habitués à faire ou à apprendre quelque chose et à rentabiliser notre repos. Le croyant s'empresse de remplir le vide par la prière, le laïc par une éthique (et un activisme) du temps libre et l'esthète par un nouvel engouement. Le tourisme a horreur du vide, de la véritable vacance. Les vacances modernes sont de plus en plus laborieuses, elles sont trop utiles pour être bénéfiques.

On peut ainsi qualifier le tourisme de phénomène transitionnel, à savoir une création symbolique qui permet un accès négocié, culturellement codé, au monde extérieur [269] (même s'il se réduit souvent à des stéréotypes, à des caricatures des cultures ou des pays visités).

Le tourisme peut être décrit comme « un immense mouvement de production archétypale de la scène du monde et de l'enfermement des hommes et des cultures en l'état de leurs découvertes - entendez de la découverte codifiante que le tourisme en a faite à un moment donné »³⁴³. Si ces propos nous éclairent sur la culture touristique dominante, il serait imprudent d'en attribuer l'exclusivité aux seuls exotes modernes. Par un effet pervers, une culture pour touristes vient la contourner et la contre-balancer (et de ce fait la perpétuer) : à l'exotisme des visiteurs répond l'auto-exotisation ironique des visités.

Deirdre Evans-Pritchard³⁴⁴ montre comment, tout en vendant leurs ouvrages en argent, les orfèvres pueblos et navahos du Nouveau Mexique expriment et manipulent des stéréotypes accolés aux touris-

³⁴³ J. Viard, Agora et paysages in revue *Autrement*, n° 111, op. cit., p. 93.

³⁴⁴ D. Evans-Pritchard., How they see us, native american images of tourists, *Annals of Tourism Research*, vol. 15, 1988.

tes et aux Indiens. Ces artisans puisent dans le fond mythologique de leur culture pour tourner l'Autre (le touriste) en ridicule. L'auteur souligne que la manipulation de ces stéréotypes aide à défendre et à préserver les coutumes indiennes, de même qu'elle sert parfois à établir des discriminations entre « eux » et « nous ». Jill D. Sweet ³⁴⁵ abonde dans ce sens et décrit comment le peuple pueblo, à travers des spectacles humoristiques, (on joue au touriste et à l'autochtone), arrive à comprendre, à désarmer et à incorporer dans son monde les gens, les idées et les événements étrangers.

En jouant au touriste et à l'étranger, les acteurs comiques et les clowns pueblos redéfinissent pour leur communauté ce que c'est qu'être Pueblo. On retrouve ainsi une sociabilité [270] ludique dont la fonction d'appivoisement du différent (de l'anxiogène) est nette. Dans ce face-à-face entre touristes et visiteurs, le plus exotique n'est pas toujours celui que l'on a longtemps affublé de ce qualificatif. Il y a un jeu permanent de brouillage des frontières identitaires.

Dean Maccannell ³⁴⁶ va jusqu'à parler de l'ethnicité, tant prisée par le tourisme moderne, comme d'un simple produit de l'interaction entre le groupe de voyageurs et la population-hôte. Elle est quasiment fabriquée pour les touristes. La reformulation et la production d'une authenticité pour touristes, véritable jeu sur les stéréotypes, s'intègrent bien dans la dialectique exotique dont on parle ici. Une « causalité diabolique » ³⁴⁷ s'instaure dans le face-à-face exotique ; elle structure l'imaginaire touristique. (Je deviens ce que vous me dites que j'ai toujours été, selon le mot de Jean Genet.) Les visités s'habillent des stéréotypes que les visiteurs leur tendent comme un vêtement, au sens figuré comme au sens propre (des touristes achètent des habits traditionnels et demandent, le temps d'une photographie, à un « local » de les porter !)

³⁴⁵ J. D. Sweet, *Burlesquing the other in Pueblo performance*, *Annals of Tourism Research*, vol. 15, 1988.

³⁴⁶ D. Maccannell, *Reconstructed ethnicity : tourism and cultural identity in Third World communities*, *Annals of Tourism Research*, 11, 1984, p. 375 à 391.

³⁴⁷ Léon Poliakov est l'auteur de cette expression, il y voit un des ressorts de l'antisémitisme. Cf. Cl. Lisuzu, *L'islam de l'Occident*, Paris, Ed. Arcantère, 1989, p. 137.

Notons que le regard touristique s'accommode mal des mouvements de la vie locale réelle (la réciproque est vraie : il existe chez les visités un modèle du visiteur). Toute inadéquation entre cet imaginaire touristique et les comportements quotidiens des visités (y compris les modifications architecturales) est dénoncée parce que dénaturant et aliénant l'objet touristique local tel qu'il est désiré, fantasmé et muséifié par les touristes.

Emmanuel Levinas juge que « cette manière d'interposer entre nous et la chose une image de la chose a pour effet d'arracher la chose à la perspective du monde (...) L'exotisme [271] apporte une modification à la contemplation même. Les "objets" sont dehors, sans que ce dehors se réfère à un "intérieur", sans qu'ils soient déjà naturellement possédés. Le tableau, la statue, le livre sont les objets de notre monde, mais à travers eux, les choses s'arrachent à notre monde »³⁴⁸. On peut, à ce propos, se demander si l'une des fonctions de la photographie pendant les voyages n'est pas une forme de protection (et d'appropriation) du Tout Autre, ce qui ferait de la photo un substitut symbolique à l'objet chez l'enfant en train de jouer³⁴⁹.

La mise en tourisme (ou exotisation) procède par invention et re-création du pays visité qui correspond assez lointainement au pays réel. (Par « réel » j'entends tout simplement l'état d'un pays tel que le décrivent journalistes, économistes, géographes ou sociologues). La rêverie exotique excède l'objet touristique, le soustrait à son environnement (en sélectionnant quelques éléments « typiques ») de sorte que « nous pouvons, dans notre relation avec le monde, nous arracher au monde » (E. Levinas).

Ce n'est pas un appauvrissement ou une réduction de l'objet exotique, mais une esthétique du dépaysement en pleine gestation. Par commodité de langage, on appellera ce phénomène « une culture touristique » dans la mesure où elle préexiste à l'individu et qu'elle ne fait, en général, qu'accentuer et exprimer les valeurs sociétales des touristes. Cette culture touristique, à l'instar d'une langue, est, au demeurant, souvent pratiquée par les autochtones. Toute rencontre touristique ressort ainsi de la rencontre entre deux imaginaires, qui drainent chacun un lot d'images et de stéréotypes. Ce n'est pas la langue

³⁴⁸ E. Levinas, *De l'existence à l'existant*, Paris, Vrin, 1986, p. 86.

³⁴⁹ R. Abrecht, La mémoire pétrifiée, revue *Autrement*, op. cit., p. 87-91.

qui empêche les gens de cultures différentes de se parler, il existe souvent une langue tierce pour communiquer, mais c'est souvent l'absence d'un langage [272] rituel et symbolique commun qui restreint l'échange. Cela dit, la culture touristique renvoie toujours à un nous, et donc à une frontière entre « eux » et « nous ».

LE « NOUS » TRANSITIONNEL

Il existe une genèse réciproque entre la culture d'exote et la constitution d'un « nous ». Dans le cas de l'enfant jouant, la bulle protectrice sert à apprivoiser le monde extérieur ; dans le cas du groupe de touristes, une bulle touristique remplit la même fonction au moyen de la création ou de l'actualisation d'un imaginaire touristique, à savoir un exotisme, et au moyen de la constitution d'un nous aux frontières larges (nous Français, nous jeunes, nous touristes, etc.). Ce ne sont pas des attitudes défensives sclérosantes, mais bien une adaptation non traumatisante à la réalité extérieure. La tradition du voyage annonçait déjà ce phénomène. Les pèlerinages, le compagnonnage, les croisades vinrent apporter les linéaments de la culture de l'exotisme ; ils sont les moments forts de la constitution de ces nous. Georges Gurvitch donne quelques indices concernant la constitution des microsociétés : le nous est un « tout irréductible à la pluralité de ses membres, une union indécomposable où cependant l'ensemble tend à être immanent à ses parties et les parties immanentes à l'ensemble » ³⁵⁰.

La citation aide à sortir d'une problématique psychologique que pourrait susciter, à tort, la référence faite dans ce texte à D. Winnicott. On ne peut en effet, comme le précise G. Gurvitch, réduire toute la réalité sociale à des « rapports interindividuels et intergroupaux, en niant aussi bien l'existence des nous que celle des phénomènes sociaux totaux plus [273] vastes ». Soulignons cet aspect collectif du tourisme, en rappelant que « le premier tourisme a été un tourisme religieux, les premiers voyages "pour voir" et sans doute les plus im-

³⁵⁰ G. Gurvitch, *op. cit.*, p. 174-175.

portants, ont été effectués pour prier, et "pour voir" les lieux saints » 351.

Ces petites communautés humaines en transhumance ont généré une forme de sociabilité proche de la communion, un type de sociabilité que l'on pourrait, comme le « Collège de Sociologie », qualifier de « communiel » 352. La sociabilité communielle est un présupposé, un a priori relationnel chez les individus, qu'on retrouve dans le type de relations des villages de vacances ou dans des groupes de touristes itinérants 353. Cet aspect des sociabilités humaines mérite une attention particulière, on peut se demander si la vocation de la sociologie n'est pas de prendre et de faire prendre conscience du caractère communiel de la société 354.

Une autre étude - déjà citée - portant sur les alpinistes montre bien aussi la constitution de ces nous communiels 355. Cet état d'esprit se retrouve dans beaucoup de sports à risques, mais aussi chez les vacanciers modernes, de façon moins exacerbée que chez les alpinistes, il est vrai.

Cependant, la constitution de la bulle touristique ne se fait pas uniquement par l'exclusion de l'autre ; elle repose aussi sur un principe positif : un partage, même éphémère, d'émotions et d'une expérience communes. Le sentiment exotique se rapproche du sentiment esthétique. Ils deviennent même, quelquefois, une seule et même chose. Pour E. Levinas, l'Art et l'exotisme fonctionnent de la même [274] façon : « Le mouvement de l'Art consiste à quitter la perception pour réhabiliter la sensation, à détacher la qualité de ce renvoi à l'objet. Au lieu de parvenir jusqu'à l'objet, l'intention s'égare dans la sensation elle-même, et c'est cette égarement dans la sensation, dans l'esthésies, qui produit l'effet esthétique. » 356

351 P. Desfontaines, *Géographie et religion*, op. cit., p. 311.

352 G. Bataille, Le sacré, *Cahiers d'Art*, 1939, n° 1/4, p. 50.

353 R. Amirou, portrait de badauds par un badaud in revue *Sociétés*, op. cit.

354 D. Hollier, *Le collège de sociologie, 1937-1939*, Paris, Gallimard, 1979 p. 141.

355 P. Bourges, *Vision de la nature chez les pratiquants des loisirs de montagne*, op. cit.

356 E. Levinas, op. cit., p. 85.

Cet égarement dans la sensation s'exprime dans le cas des groupes de touristes par la valorisation du nous, ou dit plus simplement, par une attention particulière à l'atmosphère qui règne dans les groupes. Le groupe, et la sociabilité qui s'y développe, devient paradoxalement l'élément central de ce type de tourisme, reléguant à l'arrière-plan le thème de la découverte du pays. L'esthésies, l'émotion partagée, repose sur une expérience commune : celle de l'affrontement à l'espace, à l'altérité, à l'inhabituel. En drainant des éléments façonnés par l'histoire des pèlerinages et des migrations saisonnières humaines, elle permet l'éclosion et la pérennité de l'imaginaire touristique.

C'est ce qui encourage à parler de l'exotisme comme d'une création symbolique (un objet transitionnel) conco-mitante au face-à-face entre le sujet et l'espace touristiques, médiatisée par une sociabilité qui puise sa source dans le fonds commun de l'histoire des voyages, en général, et de l'expérience de certaines communautés émotionnelles en particulier, les pèlerinages.

LE TOURISME COMME LIEU D'INNOVATION SOCIÉTALE ?

En somme, il existe une appétence des communautés et des groupes humains à être en jachère, tout comme l'individu, tel qu'en parle M. Khan. C'est une tentative de sortie [273] de l'ordre social, politique, économique pour accéder pleinement à un ordre sociétal, un temps à soi en quelque sorte, mais qui est l'œuvre d'un groupe. A l'instar de l'individu, ces groupes éphémères de vacanciers, ayant leur temporalité propre que l'on qualifierait de sociétale, effectuent un passage, pas seulement, comme on l'a dit jusqu'ici, du monde du travail vers celui du loisir, mais plutôt de celui d'un imaginaire de la nécessité (le profane) vers un univers caractérisé par une parfaite disponibilité à soi (le sacré). Pour être plus clair, ce décrochage du social - rêvé ou effectué momentanément - durant les vacances nous renvoie à une utopie du vivre-ensemble. Il s'agit de retrouver un temps à soi collectif, de se réinscrire dans le rythme de la socialité et plus, de la recherche d'une sociabilité perdue, et qu'on n'a de surcroit jamais connue, la *communitas*.

C'est en cela que l'expérience du voyage et des vacances constitue un véritable laboratoire où des processus exploratoires, ludiques, de définition de soi et des autres s'observent et où des identités fantasques se laissent voir ³⁵⁷. Ici, le sujet n'est pas tant l'individu cher aux économistes néo-classiques, mais bien la persona, avec ses dimensions de jeu identitaire, de masques sociétaux, telle qu'en parlent certains sociologues.

Il serait long de traiter des autres composantes de cet imaginaire. Aussi ce texte se terminera-t-il par la paraphrase d'un aphorisme d'Edgar Morin, qui résume bien le contenu de mon travail : c'est la vacance de valeurs sociales qui fait la valeur sociétale des vacances.

[276]

³⁵⁷ A. Gottlieb, *American's Vacations*, op. cit., p. 165-187.

[277]

**Imaginaire touristique
et sociabilités du voyage.**

Bibliographie sommaire

[Retour à la table des matières](#)

- F. Affergan, *Exotisme et Altérité. Essai sur Les fondements d'une critique de l'anthropologie*, Paris, PUF, 1987.
- P. Aisner, Ch. Pluss, *La ruée vers le soleil. Le tourisme à destination du Tiers Monde*, Paris, L'Harmattan, 1983.
- J.-L. Amselle, *Le sauvage à la mode*, Paris, Sycomore, 1979, 262 p.
- F. Ascher, *Tourisme, sociétés transnationales et identités culturelles*, Paris, Unesco, 1984.
- G. Balandier, *Anthropo-logiques*, Paris, PUF, 1974.
- _____, *Le désordre. Eloge du mouvement*, Paris, Fayard, 1988.
- _____, *Le dédale. Pour en finir avec le XXe siècle*, Paris, Fayard, 1994.
- P- Barejte, P. Defert, *Aspects économiques du tourisme*, Paris, Berger-Levrault, 1972.
- R- Barthes, *Mythologies*, Paris, Seuil, 1957.

- J. Baudrillard, *La société de consommation*, Paris, Gallimard, coll. « Idées », 1979.
- R. Boudon, *La logique du social*, Paris, Hachette, 1983.
- P. Bourdieu, *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Minituit, 1979.
- D. Bourg (dir.), *Les sentiments de la nature*, Paris, La Découverte, 1993.
- P. Bourges, R. Mizrahi, *Vision de la nature chez Les pratiquants de loisirs de montagne*, Cordes, Paris, 1979.
- D. J. Boorstin, *L'image : ou ce qu'il advint du rêve américain*, Paris, R. Julliard, 1963.
- P. Boutillier, J. Copans, S. Lallemand, *Le tourisme en Afrique de l'Ouest : Panacée ou nouvelle traite ?*, Paris, Maspero, 1978.
- M. Boyer, *Le tourisme*, Paris, Seuil, 1982.
- H. Branthomme, J. Chelini, *Les chemins de Dieu, Histoire des pèlerinages chrétiens des origines à nos jours*, Paris, Hachette, 1982.
- P. Bruckner, A. Finkielkraut, *Au coin de la rue l'aventure*, Paris, Seuil, coll. « Points », 1982.
- M.-C. Busch, *La sociologie du temps libre*, Paris, Ed. Mouton, 1974.
- B. Caceres, *Loisirs et travail du Moyen Age à nos jours*, Paris, Seuil, 1973.
- [278]
- R. Caillois, *L'homme et le sacré*, Paris, Gallimard, 1988.
- G. Cazes, *Les nouvelles colonies de vacances : Le tourisme international vers le Tiers Monde*, Paris, L'Harmattan, 1989.
- _____, *Le tourisme international, Mirage ou stratégie d'avenir*, Paris, Hatier, 1989.
- P. Centlivres, J. Hainard (dit.), *Les rites de passage aujourd'hui*, Lausanne, L'Age d'Homme, 1986.
- J. Chelini, *Histoire religieuse de l'Occident*, Paris, Hachette, coll. « Pluriel », 1991.
- R. Christinger, *Le voyage dans l'imaginaire*, Paris, Ed. Stock, 1981.

- F. Claudon, *Le voyage romantique*, Paris, Ed. Ph. Lebaud, 1986.
- O. Cointet-Pinell, F. Drosso, *Chemins de terre - Chemins de fer : pour une sociologie de la randonnée pédestre*, Paris, La Documentation française, 1983.
- A. Corbin, *Le territoire du vide*, Paris, Aubier, 1988, 412 p.
- C. Coronio, J.-P. Muret, *Loisir : du mythe aux réalités*, Paris, Ed. du Cru, 1973.
- P. Deffontaines, *Géographie et religion*, Paris, Ed. Gallimard, 1948.
- R. Duchet, *Le tourisme à travers les âges*, Paris, Ed. Vigot, 1949.
- R. Dufour, *Mythologie du week-end*, Paris, Ed. Cerf, 1980.
- J. Dumazedier, *Révolution culturelle et temps libre. 1968-1988*, Paris, Méridiens-Klincksieck, 1988.
- G. Durand, *Les structures anthropologiques de l'imaginaire*, Paris, Dunod, 1984.
- M. Eliade, *Traité d'histoire des religions*, Paris, Payot, 9e éd., 1987 ; *Le mythe de l'éternel retour*, Paris, Gallimard, 1975.
- N. Elias, *La civilisation des mœurs*, Paris, Calmann-Lévy, 1973.
- _____, *La société de cour*, Paris, Flammarion, 1985.
- H. M. Enzensberger, *Culture ou mise en condition ?*, Paris, Julliard, 1965.
- J. Faucher, L. Lorenzi, *Vacances pour un autre temps*, Paris, Editions Sociales, 1982.
- G. Friedmann, *Le travail en miettes*, Paris, Gallimard, 1956.
- M. Garay, *Le tourisme culturel en France*, Paris, La Documentation française, 1980, 140 p.
- J. de Gaultier, *Le bovarisme*, Paris, Librairie Léopold Cerf ; 1892.
- A. Gauthier, *L'impact de l'image*, Paris, L'Harmattan, 1993.
- R. H. Gerrand, *La conquête des vacances*, Ed. Ouvrières, Paris, 1963.
- E. Goffman, *Les rites d'interaction*, Paris, Ed. Minuit, 1974 ; *Les rites d'interaction*, Paris, Ed. Minuit, 1974.

- H. Grolleau, A. Ramus, *Espace rural, espace touristique*, Paris, La Documentation française, 1986.
- G. Guibilato, *Economie touristique*, Paris, Delta et Spes, 1983.
- [279]
- R. Harrison, *Forêts, Essai sur l'imaginaire occidental*, Paris, Flammarion, 1992.
- H. Hubert, M. Mauss, *Mélanges d'histoire de religions*, Paris, Alcan, 1929.
- J. Huizinga, « *Homo ludens* » : *essai sur la fonction sociale du jeu*, Paris, Gallimard, 1972.
- INSEE, *Résultats*, n° 13 ; *Consommation. Modes de vie*, n° 3/1989 ; *Les pratiques de loisir vingt ans après, 1967/1987-1988* par F. Dumontier, H. Valdelievre.
- Ch. Jacob, *Arts et légendes d'espace*, Paris, ENS, 1979.
- P. Jourda, *L'exotisme dans la littérature française depuis Chateaubriand*, Paris, PUF, 1956.
- S. Juan, *Sociologie des genres de vie*, Paris, PUF, 1990.
- E. de Kadt, *Tourisme, passeport pour le développement ?*, Banque mondiale, Unesco, Paris, M Economica, 1979.
- J. Klippendorf, *Les vacances et après ?*, Paris, L'Harmattan, 1987.
- H. Kubnick, *Les forçats du week-end*, Paris, Hachette, 1967.
- P. Laine, *Libérons le tourisme*, Paris, Ed. Fayolle, 1975.
- M.-F. Lanfant, *Les théories du loisir*, Paris, PUF, 1972.
- R. Lanquar, *Sociologie du tourisme et des voyages*, Paris, PUF, coll. « Que sais-je ? », 1985.
- A. Laurent, *Libérer Les vacances*, Paris, Seuil, 1973.
- D. Le Breton, *La passion du risque*, Paris, Ed. Métailié, 1991.
- J. Le Goff, *L'imaginaire médiéval*, Paris, Gallimard, 1991.
- J. Lobry, *Le tourisme vert, un tourisme en liberté : apport et témoignage de TER (tourisme et espace rural)*, Paris, La Documentation française, 1985.

- D. Maccannell, *The Tourist : a new Theory of the Leisure Class*, New York, Schocken books, 2e éd, 1989.
- M. Maffesoli, *L'ombre de dionysos, contribution à une sociologie de l'orgie*, Paris, Librairie des Méridiens, 2e éd., 1985.
- B. Malinowski, *Journal d'ethnologue*, Paris, Le Seuil, 1985.
- E. Marchander, S. Joubert, *Le social dans tous ses états*, Paris, L'Harmattan, 1990.
- J.-C. Margolin (dit.), *Voyager à la Renaissance*, Actes du colloque de Tours 1983, Paris, Ed. Maisonneuve et Larose, 1987.
- M. Marié, J. Viard, *La campagne inventée*, Actes Sud, 1977.
- R. Mathe, *L'exotisme : d'Homère à Le Clézio*, Paris, Bordas, 1972.
- M. Mauss, [Manuel d'ethnologie](#), Paris, Payot, 1947.
- _____, [Sociologie et anthropologie](#), Paris, PUF, 1950.
- _____, *Œuvres*, Paris, Ed. de Minuit, 1969.
- I. Mbaye-Dieng, J. Bugnicourt, *Touristes-Rois en Afrique*, Paris, Khartala, 1982.
- [280]
- A. Medam, *L'esprit au long cours : pour une sociologie du voyage*, Paris, Méridiens-Klincksieck, 1982.
- J.-L. Michaud, *Le tourisme face à l'environnement*, Paris, PUF, coll. « Le Géographe », 1983.
- J. Mirloup, *Les fonctions touristiques et de loisir en Loire moyenne*, contribution à l'étude de l'aire de loisirs des Parisiens, thèse d'État, Paris I, 1981.
- A. Moles, E. Rohmer, *Psychologie de l'espace*, Paris, Casterman, 1977.
- E. Morin, *Pour une politique de l'homme*, Paris, Le Seuil, 1965.
- F. Paul-Lévy, M. Segaud, *Anthropologie de l'espace*, CCI, Centre G. Pompidou, coll. « Alors », 1983.
- P. L. Pearce, *The Social Psychology of Tourist Behavior*, Oxford, Pergamon, 1982.

- P. E. Pechenart, *Aspects psychologiques du tourisme dans le nord de la France : évolution et limites*, thèse de 3e cycle, Paris V, 1981.
- M. Picard, *Bali, tourisme culturel et culture touristique*, Paris, L'Harmattan, 1992.
- N. Postman, *Se distraire à en mourir*, Paris, Flammarion, 1986.
- P. Py, *Le tourisme, un phénomène économique*, Paris, Documentation française, 1986.
- A. Rauch, *Vacances et pratiques corporelles*, Paris, PUF, 1988.
- D. Rosenberg, *Tourisme et utopie aux Baléares. Ibiza, une île pour une autre vie*, Paris, L'Harmattan, 1990.
- J.-J. Schwarz, *Dynamique du tourisme et marketing*, thèse, Aix-en-Provence, CHET, 1977.
- V. Segalen, *Essai sur l'exotisme*, Montpellier, Fata Morgana, 1978.
- V. Smith (dir.), *Hosts and Guests : the Anthropology of Tourism*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1977.
- R. Sue, *Le loisir*, Paris, PUF, coll. « Que sais-je ? », 1983.
- L.-V. Thomas, *Anthropologie de la mort*, Paris, Payot, 1975.
- Y. Tinard, *Le tourisme, économie et management*, Paris, Ed. MacGraw Hill, 1992.
- T. Todorov, *Nous et les autres. La réflexion française sur la diversité humaine*, Paris, Seuil, 1989.
- P. Treffeau, *Le merveilleux voyage de Saint Brandan à la recherche du paradis*, Paris, 1925, 196 p.
- L. Turner, J. Ash, *The Golden Hordes : International Tourism and the Pleasure Periphery*, Londres, Constable, 1975.
- V. Turner, E. Turner, *Image and pilgrimage in Christian Culture : Anthropological Perspectives*, New York, Columbia University Press, 1978.
- V. Turner, *The Ritual Process*, Harmondsworth, Penguin, 1974.

- J. D. Urbain, *L'idiot du voyage, histoires de touristes*, Paris, Ed. Plon, [281] 1991 ; *Sur la plage : mœurs et coutumes balnéaires, XIXe et XXe siècles*, Paris, Payot, 1994.
- A. Van Gennep, *Les rites de passage : étude systématique des rites*, Paris, A. et J. Picard, 1981.
- A. Varagnac, *Civilisation traditionnelle et genres de vie*, Paris, Albin Michel, 1948.
- Th. Veblen, *Théorie de la classe de loisir*, Paris, Gallimard, 1970.
- H. Védrine, *Les grandes conceptions de l'imaginaire. De Platon à Sartre et Lacan*, Paris, Livre de Poche, « Biblio-Essais », 1990.
- F. Vellas, *Economie et politique du tourisme international*, Paris, Économica, 1985.
- J. Viard, *Penser les vacances*, Actes Sud, 1984.
- M. Weber, *[L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme](#)*, Paris, Plon, 1985.
- _____, *Économie et société*, Paris, Plon, 1971.
- D. W. Winnicott, *Jeu et réalité*, Paris, Gallimard, 1975.
- _____, *De la pédiatrie à la psychanalyse*, Paris, Payot, Bibliothèque scientifique, 1969 (1958).
- J.-J. Wunenburger, *Le sacré*, Paris, PUF, 1981.

Fin du texte