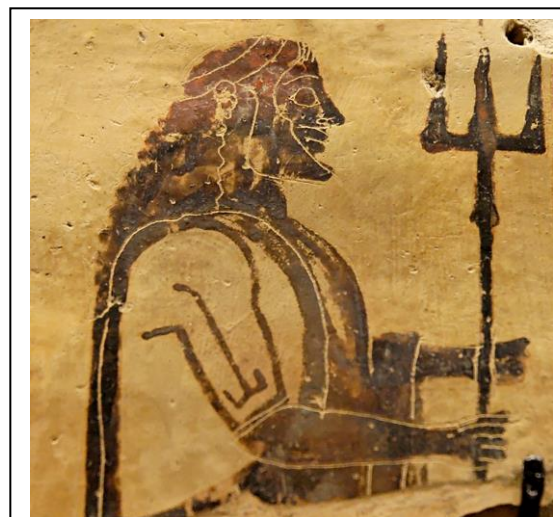


COURS 3 : La démocratisation du voyage : naissance du voyage standardisé ?

« La variété des moyens de transports, la baisse des coûts, la facilité de l'organisation du voyage en ligne, clé en main, donnent au plus grand nombre l'opportunité de se déplacer vers des destinations lointaines. [...] Aujourd'hui, le tourisme déplace des foules selon des itinéraires balisés, au mépris des conséquences écologiques. La mondialisation des enseignes de commerce abolit les différences géographiques et culturelles : le voyageur actuel est semblable à certains contemporains de Montaigne qui, partout où ils vont « se tiennent à leurs façons ». Peut-on véritablement parler de la découverte de nouveaux territoires lorsqu'on ne fait que se délocaliser du même au même ? »

ETAPE 1 : Approche théorique.

Document n°1 : Bertrand Guest, « Histoire du voyage », (À propos de : Sylvain Venayre, *Panorama du voyage 1780-1920*. Mots, figures, pratiques, Les Belles Lettres), 19 avril 2013. URL : <https://laviedesidees.fr/Histoire-du-voyage.html>



Poséidon tenant son trident, plaque corinthienne de Penteskouphia, -550/-525. Musée du Louvre. Domaine public.

En étudiant successivement curistes, pèlerins et touristes, le livre aborde un second ensemble centré sur le corps du voyageur. Il montre l'avènement du plaisir au sein de pratiques qui s'en défendent, estompant la frontière entre la rigueur médicale ou la pénitence ecclésiastique et ce désir de jouir qui est la meilleure définition du touriste. Jouir n'exclut ni d'apprendre, ni de prier ou de se soigner, mais suffit de plus en plus à justifier en soi le voyage, cure et pèlerinage compris. [...]

L'hygiène invente donc les pratiques normées de « la saison », période annuelle du raffermissement des chairs aux eaux minérales puis à la mer. Sur fond d'enrichissement rapide des villes thermales par cette fréquentation d'élite, l'économie prend le pas sur la guérison, le casino ou le golf n'étant jamais loin des thermes. Que le *Voyage aux eaux des Pyrénées* (1855) d'Hippolyte Taine devienne trois ans plus tard *Voyage aux Pyrénées*, illustre bien l'arrivée du touriste que prépare cette thérapeutique du voyageur. Venayre en trouve le mot d'ordre dans un guide de Vichy : « la Santé par le plaisir ».

Autre pratique normée, le pèlerinage subit la même évolution. Le débat est vif quant à sa nécessité, Dieu pouvant être prié partout. S'il valorise le but et l'arrivée par opposition à la route (assimilée à l'errance), malgré ses dénégations et son vœu de pénitence, lui aussi devient peu à peu le voyage d'agrément dont il cherchait tant à se distinguer. On ne vient pas à Lourdes ou à Ars seulement pour « retremper sa foi ». Le pèlerinage est même le laboratoire d'un tourisme de masse avant la lettre, l'Église affrétant des trains spéciaux pour manifester publiquement son socle : la foule des gens simples qu'elle déplace, seul « miracle » tangible dont elle puisse se targuer. Le pèlerinage s'adressant aux sens des hommes, le mot désigne assez vite toutes sortes de voyages profanes, d'autant que la pastorale (Ozanam en tête) comme le réseau organisationnel (guides, hébergement, transports) prennent acte du double sens du voyage : « Pèlerins de Lourdes, allez donc à Gavarnie ! » (p. 398).

L'ultime étape de cette institutionnalisation du plaisir est donc le touriste, figure grotesque et toujours autre – souvent anglais – d'un voyage qui s'industrialise et se « démocratise » (le verbe date d'alors, vers 1860). Jouir du spectacle du monde est son credo, le paradoxe étant qu'il n'en a pas les moyens. Rodolphe Töpffer dépeint avec sarcasme le « troupeau » de ces curieux revendiquant l'impréparation livresque mais sillonnant la Suisse « un itinéraire à la main, un lorgnon sur la belle nature ».

Document n°2 : Gilles Bertrand, « La place du voyage dans les sociétés européennes (XVIe-XVIIIe siècle) », *Annales de Bretagne et des Pays de l'Ouest* [En ligne], 121-3 | 2014, mis en ligne le 15 novembre 2016, consulté le 28 septembre 2022. URL : <http://journals.openedition.org/abpo/2834>

Guides de voyage et prégnance de modèles

Au cours de l'époque moderne, les moyens intellectuels de compréhension de la mobilité se transformèrent, à commencer par ceux dont disposaient les voyageurs pour se confronter à l'espace. Les arts de voyager s'en firent l'écho, en prévenant des dangers et précautions à prendre, et en insistant sur la manière d'utiliser les cartes ou guides mis à la disposition des voyageurs.

Pour la plupart des voyageurs, il était essentiel pendant le voyage d'être « guidés ». C'est ce qui explique que les itinéraires et la présence du précepteur ou d'un dessinateur, voire d'un artiste faisant fonction de « guide du goût », tel Fragonard avec Bergeret de Grancourt en 1773-1774, constituent un élément clé du voyage. À la grande époque de l'encyclopédisme, qui présuppose une curiosité variée, les voyageurs se concentrent sur des étapes où ils s'arrêtent plus longuement qu'à d'autres. En Italie par exemple, l'idée se répand dès le XVII^e siècle d'un parcours canonique conforté par les guides. On ne passe que quelques jours dans les villes du nord (Turin, Milan, Gênes, Bologne), avant de descendre vers le sud par Florence ou l'Adriatique. Puis on séjourne plusieurs mois à Rome jusqu'aux cérémonies de Pâques, en se ménageant quelques semaines durant l'hiver à Naples, avant de remonter vers Venise où l'on ne manque pas d'assister aux fêtes données à l'Ascension en y demeurant une quinzaine de jours.

Les guides et les récits, ainsi que ces livres de l'époque des Lumières qu'on peut appeler des « récits-guides », étant donné leur longueur allant jusqu'aux huit volumes de Lalande en 1769, nous renvoient à la continuité et à la force de ce modèle qui est tout à la fois une entreprise de connaissance (culture), de regard (exercice de l'œil, expérience concrète des espaces) et de dépense (donc une activité économique). On a également tendu à distinguer depuis le XVII^e siècle deux modes d'approche des objets de curiosité, en fonction de choix confessionnels. Du côté catholique se rangent des guides comme les *Délices de l'Italie* de Rogissart, motivé par la ferveur à l'égard des reliques, des églises, des sanctuaires, auquel succède l'abbé Richard encore fasciné en 1766 par le mythe de l'Italie fertile et regorgeant de « mirabilia », églises, reliques de saints et fragments d'antiquités relayant les médailles, monnaies et inscriptions. De l'autre côté, un voyage plus critique s'est installé, marqué par la défiance de huguenots comme Misson à l'égard de la catholicité romaine ou se situant dans la ligne de Cochin qui lance la critique d'art au sein du voyage d'Italie. Tous ces guides impliquent cependant les mêmes parcours, le même type de curiosité pour les monuments non seulement religieux, mais aussi de l'Antiquité, de la Renaissance et de la période baroque.

Document n°3 : Laure Coromines, « All inclusive vs backpackers : sommes-nous tous des touristes comme les autres ? », Interview de Thomas Firh, cofondateur et rédacteur en chef du magazine d'aventure *Les Others*, in *L'ADN*, 11 juillet 2022. URL : <https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/all-inclusive-vs-back-packers-sommes-nous-tous-des-touristes-comme-les-autres/>

Pourquoi aime-t-on à penser qu'on ne fait pas partie des touristes ?

T. F. : Ce qui est étonnant avec le terme « touriste », c'est que comme « bobo » ou « beauf » ou même « woke », il n'est utilisé que pour désigner l'autre. De manière péjorative dans la plupart des cas. Personne ne se qualifie lui-même de touriste. Les gens vont décrier un lieu en disant qu'il est « plein de touristes », se considérant comme différent, souvent au-dessus de cette masse. Pourtant, si tu te retrouves sur une plage de Thaïlande avec d'autres gens en maillot de bain, il y a zéro chance que tu ne fasses pas partie de cette « masse » justement. Qu'est-ce qui te différencie des autres, hormis que c'est toi qui parles ? Le fait que

tu sois venu plus longtemps, ou que tu ne tombes pas dans les « pièges à touristes » ne change pas grand-chose. Or, cette distorsion fait qu'on a du mal à prendre conscience des problèmes liés au tourisme, car on ne fait pas partie du problème, on a toujours l'impression d'être à part et que pour nous c'est différent. « Voyager hors des sentiers battus », c'est bien beau, mais globalement ce n'est qu'une autre forme de tourisme. À quelques exceptions près, la différence entre tourisme et voyage n'existe plus.

C'est quoi le problème avec le vocabulaire que l'on emploie aujourd'hui ?

T. F. : Cette distinction voyageur contre touriste n'est qu'un symptôme cachant le véritable problème. À mon sens, l'enjeu est plus global, et il remonte à la source de l'imaginaire lié au voyage. La promesse est simple : voyager va vous ouvrir l'esprit, faire de vous un citoyen du monde, vous allez découvrir des cultures incroyables, vivre des expériences intenses dans des endroits magnifiques. C'est très valorisé socialement. On trouve d'ailleurs écrit « voyage » dans la rubrique passion de la grande majorité des CV. Et depuis 20 ans, ce rêve est accessible à toutes et à tous, pour quelques dizaines d'euros. Quelle aubaine ! Pourtant cette promesse est fautive depuis le départ, elle ne sert qu'à enrichir des tour-opérateurs. Au fond, dans le voyage comme 99,9 % des gens le pratiquent, on ne découvre rien ou pas grand-chose, on emprunte tous les mêmes chemins, on fait tous la même chose. On part sur des périodes courtes, on n'est souvent pas capable de prononcer un mot de la langue locale en partant comme en rentrant, et on a parfois suivi une *to do list* plus détaillée qu'au boulot. Finalement, on n'a fait que se déplacer. À quoi bon ? Deux précisions me paraissent importantes. D'abord, je ne m'exclus pas de la réflexion, car tout le monde est concerné comme je le disais dans ma première réponse. Et surtout, je ne jette pas la pierre aux personnes les plus modestes qui prennent un avion à 30 euros pour aller passer trois jours à Barcelone. On nous dit dans toutes les pubs depuis 20 ans que c'est le but de la vie. On a fini par y croire. Selon moi, il est grand temps de réécrire le récit du voyage, et d'y attacher de nouvelles valeurs.

ETAPE 2 : Approche artistique.



Source : Wikipedia.org, Creative Commons 4.0.

Document n°4 : Boualem Kadri and Djaouida Hamdani Kadri, « Discours publicitaire et mythologie touristique : une analyse sémiologique des mythes du Club Med », *Téoros* [Online], 31-2 | 2012, Online since 01 August 2015, connection on 28 September 2022. URL : <http://journals.openedition.org/teoros/2318>

Le signe « Club Med » n'a qu'un seul référent dénoté : la firme multinationale. Comment le système mythologique transforme-t-il ce signe qui devient forme et le revêt-il d'une signification nouvelle, mythique ? Par un jeu de connotations, Club Med n'est plus une firme multinationale qui relève de l'industrie du tourisme, c'est l'appartenance à un cercle de personnes, un groupe social ayant des activités communes, activités de loisirs. Toutefois, n'entre pas qui veut dans un club ; ce dernier connote une forme de privilège véhiculé par l'idéologie bourgeoise.

« Med » est une abréviation pour Méditerranée, symbolisant le soleil et les vacances, une région du monde riche de diverses cultures, et l'un des grands bassins du tourisme mondial. Cependant, seules les trois premières lettres sont retenues, ce qui transpose le logo dans un registre de langue familier, non formel. Ainsi connote-t-il déjà le langage décontracté des vacances. De plus, un effet miroir se joue entre l'iconique et le linguistique : le choix de s'en tenir aux trois premières lettres du mot, Med, n'est pas sans rappeler le symbole du trident de la firme, et le M lui-même, le reflet d'un trident inversé. Dès lors, les deux éléments unis dans un seul logo forment un nouveau signifiant, ils s'équilibrent l'un l'autre dans un jeu

d'ouverture/fermeture, et il en ressort une signification nouvelle : « club », certes, mais ouvert sur *l'universalité* des aspects méditerranéens, que l'on retrouve presque partout où le Club Med est implanté dans le monde. La connotation familière de l'abréviation « Med » nuance la rigueur traditionnelle des règles évoquée par « club », et « club » évoque un sentiment d'appartenance à un cercle de privilégiés. Un mythe est né. L'image du trident le renforce avec son lien indissociable aux dieux Poséidon et Neptune des mythologies gréco-romaines.

⇒ **Poséidon** : Dieu grec des Mers, fils de Cronos et de Rhéa. Son nom était déjà connu à l'époque mycénienne, où ses attributions s'étendaient aussi aux tremblements de terre, aux chevaux, aux taureaux et aux vents. Époux d'Amphitrite, il engendra diverses créatures malfaisantes. Il avait un palais au fond des mers sur lesquelles il régnait, le trident à la main. Frère de Zeus, il se présente avec un corps puissant et des traits majestueux qui imposent le respect, une admiration mêlée de crainte. Il suscite tempêtes et tremblements avec son trident. URL : <https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/Pos%C3%A9idon/139361>

Document 5 : John Carpenter, *They live*, 1988. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=g4XiKChyK7A>

« Come to the Caribbean »



ETAPE 3 : Ecriture personnelle.

« La promesse est simple : voyager va vous ouvrir l'esprit, faire de vous un citoyen du monde, vous allez découvrir des cultures incroyables, vivre des expériences intenses dans des endroits magnifiques. [...] Pourtant cette promesse est fausse depuis le départ, elle ne sert qu'à enrichir des tour-opérateurs. » Le touriste est-il un voyageur libre ?