Rachid Amirou

Professeur des universités, Umr Cnrs 6012, Université de Perpignan
Président du Réseau Interrégional Inter-universitaire de Tourisme (R2IT)

(1994)

“Le tourisme comme objet transitionnel.”

Un document produit en version numérique par Jean-Marie Tremblay, bénévole,
professeur de sociologie au Cégep de Chicoutimi

Courriel: jean-marie_tremblay@uqac.ca

Site web pédagogique : <http://www.uqac.ca/jmt-sociologue/>

Dans le cadre de la collection: "Les classiques des sciences sociales"

Site web: http://www.uqac.ca/Classiques_des_sciences_sociales/

Une collection développée en collaboration avec la Bibliothèque
Paul-Émile-Boulet de l'Université du Québec à Chicoutimi

Site web: <http://bibliotheque.uqac.ca/>

Cette édition électronique a été réalisée par Jean-Marie Tremblay, bénévole, professeur de sociologie au Cégep de Chicoutimi à partir de l'article de :

Rachid Amirou,

"Le tourisme comme objet transitionnel."

Un article publié dans la revue *Espaces et Sociétés*, no 76, 1994, pp. 149-164.

[Autorisation formelle accordée, le 25 novembre 2005, par M. Rachid Amirou, professeur des universités, Umr Cnrs 6012, Université de Perpignan, Président du Réseau Interrégional Inter-universitaire de Tourisme (R2IT), de diffuser cet article]

Site web : <http://www.reseautourisme.com/>

Courriels: rachid-amirou@wanadoo.fr

Polices de caractères utilisée :

Pour le texte: Times New Roman, 14 points.

Pour les citations : Times New Roman 12 points.

Pour les notes de bas de page : Times New Roman, 12 points.

Édition électronique réalisée avec le traitement de textes Microsoft Word 2004 pour Macintosh.

Mise en page sur papier format
LETTRE (US letter), 8.5'' x 11''

Édition complétée le 11 janvier 2006 à Chicoutimi, Ville de Saguenay, province de Québec.

Table des matières

[Introduction](#)

[L'aire intermédiaire](#)

[Objet transitionnel et « aire d'illusion »](#)

[L'illusion touristique](#)

[De l'exotisme](#)

[L'exotisme comme phénomène transitionnel](#)

[Le « nous » transitionnel](#)

[Le tourisme comme accommodation homéopathique à la division sociale ?](#)

[Résumé - Abstract](#) - Le tourisme comme objet transactionnel

Rachid AMIROU (1994)
“Le tourisme comme objet transitionnel”.

Espaces et Sociétés, n° 76, 1994, pp. 149-164.

Introduction

[Retour à la table des matières](#)

Au-delà de l'image dépréciative ou équivoque du touriste – lieu commun qui a alimenté maints essais journalistiques ou moralisateurs - il s'agit dans cette contribution, de formuler une hypothèse explicative des comportements touristiques s'éloignant quelque peu de la tradition « dénonciatrice » du tourisme.

L'imaginaire touristique, avec fatalement sa cohorte de stéréotypes et de clichés, ne doit pas être rejeté comme une simple manifestation de l'aliénation dans laquelle vivent les vacanciers modernes. Il semble qu'une réflexion sur les fonctions des images-stéréotypes dans l'univers du touriste a été négligée par les analystes du tourisme quand elle n'est pas escamotée ou évacuée avec quelques formules idéologiques expéditives issues de la mode intellectuelle du moment.

On se propose dans ce travail de fournir quelques éléments qui poussent à penser que ces images-stéréotypes, certes déformantes, ont une fonction essentielle dans l'appréhension que fait le touriste de l'« inconnu ». Elles sont moins des obstacles mentaux à la reconnaissance du monde que des représentations « transitionnelles » (WINNICOTT), stables et collectives, alimentées par l'univers du religieux au sens large, et marquées par les traditions curiales, facilitant l'appréhension de l'autre et de l'ailleurs ; l'autre et l'ailleurs étant perçus généralement comme extérieurs et menaçants.

L'aire intermédiaire

[Retour à la table des matières](#)

Le comportement touristique peut se lire comme un rituel d'appropriation de l'étrange, de ce qui est extérieur à soi et à son monde. Ce comportement, comme idéal type, est largement traversé par une dialectique permanente entre une intériorité et une extériorité, entre ce qui est défini culturellement comme proche (le même) et ce qui est défini comme lointain (l'ailleurs, l'autre). Cette dialectique est inscrite dans une conception du temps et de l'espace propre à une civilisation et à des périodes historiques particulières (pèlerinages, croisades, découvertes, colonisation, tourisme de masse). Sans passer en revue ces périodes, on peut tenter de dégager une structure anthropologique commune quant à la lecture de l'espace exotique que révèle le voyage au sens large. Espace clos et mythique versus espace pragmatique, espace exotique versus espace ethnographique, espace profane ou espace sacré, espace « réel » ou espace imaginaire, notre relation à l'étendue physique n'est qu'une incessante variation sur le thème de l'autre et du même, de l'imaginaire et du réel, de l'intériorité et de l'extériorité. Cette dualité fondatrice donne naissance à un troisième terme (ou espace) autonome ; un territoire où s'affrontent savoirs (ethnologie, sociologie), lectures diverses (poésie, littérature, militantisme) et positions tranchées : exaltation de l'altérité (Segalen), du pittoresque (Loti), du bon sauvage (Montaigne), du paradis perdu (B. de Saint-Pierre), du racialisme (GOBINEAU), etc. Attraction/répulsion,

amour/haine, enfer/paradis, sacré/profane, passé/présent. Toujours cette dualité, et toujours cet exorcisme par les récits de voyage, les contes merveilleux, le savoir objectif, le quant-à-soi national, le rejet ou la guerre. Et toujours cette éternelle tentative d'acclimater l'altérité, d'appriivoiser l'autre et l'ailleurs.

De sorte qu'on peut avancer l'idée suivante : il existe une aire intermédiaire entre l'exotique et l'endotique, entre l'ici et l'ailleurs ; cette aire intermédiaire est justement le lieu symbolique ou l'imaginaire touristique s'installe et colore nos pratiques de voyage les plus anodines. Elle est le lieu où se résout cette dualité. C'est ce troisième terme s'immisçant entre le touriste et son objet - que Winnicott appelle une « aire intermédiaire d'expérience » - qui va être le thème de cette recherche. Cette aire intermédiaire est spécifique au jeu de l'enfant, elle peut aussi expliquer quelques aspects de la relation à l'espace chez le touriste.

En choisissant comme hypothèse explicative l'homologie de structures entre l'espace de vacances et l'espace ludique enfantin, le but n'est pas de revenir à la traditionnelle explication du phénomène des vacances comme « fuite » des conflits sociaux ou personnels ou comme régression infantile. Bien au contraire, il s'agit de poser le tourisme comme quête de sens aussi maladroite soit-elle. A travers l'exploration succincte de cet imaginaire touristique, on espère montrer que le tourisme (dans sa version Nord-Sud notamment) comme quête de sens, avec les sociabilités qu'il favorise, les images qu'il génère, est un dispositif d'appréhension graduée, codée et non traumatisante de l'espace extérieur et de l'altérité.

Nous parlerons d'abord de cette « aire d'accommodation » puis de son expression concrète sous forme d'exotisme à travers une lecture des textes de Boorstin, de Segalen et quelques exemples tirés du monde des vacances à l'étranger. L'approche n'est pas exhaustive et les limites et les questions méthodologiques que soulèvent cette hypothèse sont nombreuses, cette recherche ambitionne aussi de donner quelques pistes concernant la rencontre, toujours problématique, entre touristes et population locale.

Objet transitionnel et « aire d'illusion »

[Retour à la table des matières](#)

C'est le psychanalyste et pédiatre anglais, Donald Winnicott, qui a introduit cette notion dans le champ de la recherche sur le psychisme humain. Cette notion que je vais présenter brièvement me paraît être aisément utilisable en sociologie du tourisme. Le jeu de l'enfant, aux dires de Winnicott, est l'expression d'une relation de confiance établie avec l'espace et l'entourage immédiat. En effet, le bébé, confronté à la séparation avec sa mère, va conjurer cette épreuve en ayant recours à des objets de jeu que justement sa mère met à sa disposition en s'attendant à ce qu'il s'y attache avec passion.

La fonction de ces objets, nous dit Winnicott, est de permettre une transition ; en effet l'enfant va passer de l'état d'union avec la mère à l'état où il est en relation avec elle, en tant que quelque chose d'extérieur et de séparé. L'objet transitionnel est ce qui permet ainsi de supporter la séparation. Aussi, on peut dire de l'objet, qui assure le passage d'une relation fusionnelle à une relation entre deux pôles séparés, qu'il est la première possession non-moi du bébé. Il facilite la transition entre la symbiose mère-enfant et du couple séparé mère/enfant, d'où son nom d'objet transitionnel. Cet objet transitionnel devient sous la plume de Winnicott le prototype même de l'objet culturel que connaîtra plus tard l'adulte.

Ce terme de transition doit être pris au pied de la lettre, ce n'est pas tant l'objet en soi qui importe, la poupée, le bout de tissu, etc., mais bien le passage qu'il facilite entre le monde intérieur et le monde extérieur du bébé. Comme le note Bernard Pingaud : « pour que le bébé, renonçant à l'omnipotence magique du premier âge, affronte victorieusement l'épreuve de réalité, c'est-à-dire reconnaisse l'existence d'une réalité extérieure, il a besoin qu'entre le « dehors » et le « dedans », une « aire d'expérience » se dessine, qui n'appartienne ni à l'un ni à l'autre, qui ne soit, à la lettre, nulle part, et dont l'objet élu (mouchoir, bout de tissu, coin de drap ou de couverture) représentera le fragile et précieux témoignage »

.Evidemment, il n'y a rien de plus illusoire que cette transition. Mais sans cette illusion préalable, la désillusion qui doit suivre ne saurait être acceptée, et il appartient à la mère, par l'intérêt qu'elle porte elle-même à l'objet, de veiller à ce que ce processus d'expérience (experiencing) se déroule dans de bonnes conditions.

Entre la mère et l'enfant apparaît ainsi ce que Winnicott nomme un « espace potentiel » qui survit à la désillusion. Cet espace devient progressivement l'espace du jeu (playing), puis celui de la culture. J'ajouterai pour ma part que cet espace peut tout à fait être investi par la pratique touristique. 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. Cet imaginaire et cette expérience enfantine de l'adéquation confiante avec l'environnement extérieur peuvent être posés comme matrice symbolique façonnant les sociabilités de vacances qu'on observe actuellement. Le tourisme de groupes, les villages de vacances, le camping, etc., suggèrent fortement la présence ou la création d'un espace-temps propre à ces phénomènes. Cet espace-temps, avec les connotations de convivialité et de repli sur soi (en tant que groupe) qu'il draine, renvoie, d'une part, à un modèle laïque de « *communitas* » et, d'autre part, actualise en quelque sorte ce rapport au « dehors » que vit l'enfant. Sans réduire l'analyse des comportements de vacanciers modernes à la seule perspective psychanalytique, il est possible d'importer et d'extraire de ce champ cette notion d'aire de jeu afin de l'utiliser dans une étude anthropologique du loisir et du tourisme. Il semble, en effet, que le même processus d'appréhension d'un monde extérieur par la création d'un espace-temps spécifique, remplis d'objets transitionnels, s'observe dans le tourisme ; il n'est que de méditer sur le développement croissant des « bulles » touristiques pour s'en convaincre. Que ce soit l'Aquaboulevard de Paris, un quelconque village de vacances, les Center-Parcs, les croisières diverses ou les différents parcs de loisirs, tous attestent de la nécessité d'une insularité artificielle, d'une coupure spatio-temporelle comme condition préalable à tout dépaysement fictif ou réel. Cette « 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, à l'extérieur. Il existe une différence néanmoins : dans le cas du voyage, le référent symbolique n'est pas la mère- contrairement au comportement de l'enfant - mais les modèles et les traditions de mobilité spatiale et de loisirs propres à une culture ou à une couche sociale, si ce

n'est à une « tribu » modernes . (L'équivalent symbolique de la « mère » serait alors la société ou la microsociété où vit habituellement le touriste).

En effet, répétons-le, l'espace « potentiel » entre la mère et l'enfant est un lieu de discontinuité affective toujours possible et toujours conjurée par l'utilisation de l'objet transitionnel, substitut qui vient pallier l'absence de la mère et assurer ainsi une continuité affective. L'objet transitionnel 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 Winnicott pose comme un espace premier, où viendront petit à petit, se situer nos expériences de jeu, puis notre expérience culturelle en général, et, pourquoi pas, l'imaginaire et l'expérience touristiques, serait-on tenté d'ajouter ?

Rainer Maria Rilke dit que « finalement, chaque homme fait dans sa vie l'expérience d'un conflit unique qui réapparaît constamment sous des déguisements différents . On pourrait dire dans le cas du tourisme, que c'est le souvenir d'un accord parfait avec l'environnement et l'entourage immédiat - certains l'appelleraient une nostalgie de la symbiose avec la mère ou du paradis perdu – qui réapparaît constamment sous des déguisements différents. Pour Winnicott, l'objet transitionnel 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. « L'acceptation de la réalité est une tâche sans fin » nous dit 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 dehors » . Ces phénomènes de transition vont se poursuivre tout au long de notre vie.

Ce qui est à souligner ici est cette possibilité qu'offre l'objet transitionnel :

- d'un passage entre le monde intérieur et le monde extérieur.
- d'une création d'un espace / temps spécifique qui permet la conjuration de la discontinuité (la séparation avec la mère), et donc l'appropriation du temps.

L'illusion touristique

[Retour à la table des matières](#)

L'exotisme exprime à l'état paroxystique, tout ce qui fonde l'imaginaire touristique ; Il nous laisse entrevoir toute la parenté de structures entre l'aire intermédiaire (appelée aussi aire d'illusion) et l'espace du touriste - espace que certains analystes comme Boorstin n'hésitent pas à appeler une « illusion » touristique.

Boorstin exprime sa conviction que ses compatriotes ont employé leur prospérité, leur culture et leur technologie à faire pousser « une broussaille d'irréalité » entre eux et les réalités de l'existence. Il tient même la chronique de cette « fabrication d'illusions » pour l'actualité la plus intéressante du monde. « Nous souffrons essentiellement non de nos vices ou de nos faiblesses, mais de nos illusions. Nous sommes obsédés, non par la réalité mais par ces images que nous lui avons substituées. »

Ces illusions naissent quand nous sommes gouvernés par des espoirs exagérés à propos de « ce que contient le monde » (trop d'exigence en matière d'actualités, de héros, d'exotisme, etc.) et à propos de « notre pouvoir de modeler l'univers » (notre capacité de créer des événements là où il n'en existe pas, d'inventer les normes de notre existence, puis de les respecter comme si elles provenaient d'une révélation ou d'une découverte). C'est dans ce cadre général de pensée que s'inscrit la critique que fait l'auteur des formes du tourisme : « il faut démasquer nos illusions avant de pouvoir même réaliser que nous avons avancé en somnambules. Le moins et le plus que nous puissions espérer, c'est que chacun de nous puisse pénétrer la jungle méconnue des images dans lesquelles nous vivons notre existence quotidienne. Que nous puissions découvrir à nouveau le point où finissent les rêves et où commencent les illusions. C'est suffisant. Alors, il se peut que nous sachions où nous sommes, et chacun de nous pourra décider pour son propre compte où il veut aller. » (Ibid, p.378).

(Boorstin dénonce ici le sight-seeing : « théorie selon laquelle le touriste va non pas vers les choses mais vers les images des choses, et donc qui réduit "la chose à voir" touristique à l'image. La sight, la chose à voir, est précisément, dans cette théorie, ce en quoi la chose se confond avec l'image de la chose, autrement dit la chose réduite au signe ou même au signal »). Cet auteur parle d'un truquage universel : La sight (la chose digne d'un déplacement touristique, « la chose-à -voir ») est détachée, généralement, de son contexte habituel et ainsi privée de l'épaisseur, de la réalité qu'elle détenait de sa fusion avec son contexte, elle n'est plus qu'image.

L'illusion touristique doit correspondre à une fonction importante chez l'humain pour être si résistante à la critique et aux diverses dénonciations.

De l'exotisme

[Retour à la table des matières](#)

Deux éléments sont à souligner à ce niveau du propos :

L'individu (l'enfant) crée son objet, mais en même temps, cet objet est déjà là. Il l'investit affectivement.

Si on transpose ces réflexions au domaine du tourisme, on s'aperçoit que la notion d'exotisme (l'invention de pays « exotiques ») obéit au même principe du Jeu chez l'enfant. C'est une illusion « utile », si je puis dire. 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=plage, Thaïlande=sexe, etc.). L'épaisseur historique et civilisationnelle que suggèrent ces deux pays - entre autres - est gommée ; c'est ainsi que naissent alors une Tunisie, une Thaïlande, etc., pour touristes. Roland Barthes exprime bien ce procédé : « je puis aussi, sans prétendre en rien représenter ou analyser la moindre réalité(...) prélever quelque part dans le monde (là-bas) un certain nombre de traits, et de ces traits former délibérément un système. C'est ce système que j'appellerai : le Japon. » (L'empire des signes, Skira, 1970).

Victor Segalen souligne le lien 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 ».

(Notons déjà l'idée que l'exotisme est proche du sentiment d'omnipotence que vit le bébé). L'imaginaire exotique est là pour appréhender et incorporer un Ailleurs perçu souvent comme menaçant ou porteur de frustration potentielle. Historiquement, la motivation exotique a fonctionné sur l'ambivalence attraction/répulsion de ce qui est loin ou différent. Il est utile de rappeler que l'apparition de cette notion d'exotisme dans les sociétés occidentales a été concomitante d'une rêverie sur l'existence - ou sinon, l'invention pure et simple - de pays paradisiaques, quand ce n'était pas tout simplement la croyance l'existence d'un paradis sur terre (paradis que chercha vainement le prêtre Irlandais Saint Brandan suivant à la lettre les recommandations du géographe maghrébin du IXème siècle, El Idrissi).

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 » . L'insularité offre un espace physique et symbolique idéal pour l'émergence de la rêverie exotique. La « bulle » transparente où évolue l'enfant n'est pas loin de correspondre à ce schéma (je veux insister sur sa fonction psycho sociologique), dans les deux cas est suggérée une coupure spatio-temporelle, une sortie du temps profane.

Pour aller vite, on remarquera que cet attrait et cette prégnance du thème de l'île dans l'imaginaire touristique , thème largement exploité par les publicitaires, nous renvoient, en bien des points, directement à l'univers clos et magique de l'enfant jouant. Il y a peu de créations fantasmatiques qui ne s'accompagnent d'une nostalgie d'un paradis perdu ; de même qu'il y a peu de rêveries exotiques qui ne s'accompagnent d'une idée de retour vers un âge d'or où l'homme ne faisait qu'un avec le cosmos, à tel point qu'on parle souvent du tourisme comme d'un voyage dans le temps.

L'exotisme comme phénomène transitionnel

[Retour à la table des matières](#)

C'est moins l'image exotique, banalement stéréotypée, qui, en soi, est attirante que l'idée de passage, qui est induite par le rapport entre le monde terne et celui de la couleur. Ce qui compte, ce ne sont pas les caractéristiques d'un paysage exotique, qui est souvent très schématique, mais le fait qu'il représente une altérité, une « étrangeté », dans un monde banalisé, qu'il offre le rêve d'une fuite possible, même dans l'utopie.

L'exotisme, en littérature par exemple, 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 sacré . Il est une construction sociétale pour apprivoiser le mystérieux et le fascinant (quitte à réinventer continuellement ce mysterium et ce fascinans afin de les maîtriser homéopathiquement). Il est déjà là de par la littérature, les contes, les diverses images accolées à ce qui est différent. L'exotisme est aussi une création permanente dans la mesure où les critères exotiques sont l'objet d'une perpétuelle reformulation : la Provence était « exotique » il y a peu de temps de cela, l'Italie aussi, sans parler de quartiers de Paris auxquels on ne manque pas d'accoler ce vocable.

L'exotisme fait bien partie de ce « 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 (Piaget) pour poser le symbolique comme le produit des impératifs biopsychiques par les 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 impératifs pulsionnels du sujet et dans lequel réciproquement (...) les représentations subjectives s'expliquent par les accommodations antérieures du sujet au milieu objectif... »

Ce qu'il faut souligner ici, c'est le fait que cette interaction avec le milieu environnant passe par des « filtres » (ou codes) culturels que l'on peut poser comme résultats d'une première accommodation faite par d'autres et qui nous préexiste : les diverses images accolées à un pays et dont nous nous servons quand même pour voyager, même si on ne s'illusionne pas sur leur véracité. Ces « filtres » seront utilisés comme moyens dans un second temps, d'une adaptation, d'une « accommodation » originale et sans cesse réinventée, d'une culture ou d'un individu à son environnement. Elle est une sorte de grille de lecture du monde (une forme de catégorie kantienne ?) dont on se sert par économie d'énergie psychique et physique. Je veux dire par là qu'on s'en contente dans un premier temps, pour après les remplacer, si on le souhaite, par d'autres images. (Le jouet du bébé est là parce que la mère est absente, donc le « résultat » de cette absence ; Il est aussi un moyen de conjurer cette absence. Plus tard, il est remplacé par d'autres objets de nature diverse mais ayant la même fonction).

En examinant les comportements touristiques modernes et la manière dont cette appréhension de l'univers extérieur se fait, s'invente, se perpétue, se négocie aussi bien chez l'individu que chez des groupes, on constate que deux éléments sont requis pour la naissance d'un exotisme :

* Un lieu d'où « rêver » : à savoir la désignation et l'élection d'un objet touristique (un site naturel, historique, religieux, et même mondain, etc.). Cette invention de lieux touristiques emprunte largement à l'histoire et au passé religieux ou mythique d'une culture.

* Une communauté de « rêveurs » (au sens de Bachelard) et « d'exotes » (Segalen) 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 toujours une oeuvre collective, y compris quand il est accompli par le plus solitaire des voyageurs. A cette élection d'un lieu touristique répond, par une genèse réciproque, la formation d'un public, d'une « communauté » éphémère d'élus.

La combinaison de ces deux éléments - un espace et une communauté émotionnelle fictive ou réelle - va donner naissance (ou simplement ac-

tualiser, car les rêveries tropicales remontent au moins à la Renaissance) à un imaginaire exotique dont on n'a pas fini de voir l'efficace y compris dans la sphère la plus intime de la vie humaine. Il y a donc d'un côté désignation d'un objet touristique, de l'autre, création d'un imaginaire touristique propre à rendre cet objet suffisamment familier et suffisamment lointain pour que cette rêverie exotique prenne naissance.

On peut ainsi parler de l'exotisme comme d'un phénomène transitionnel, à savoir une création symbolique qui permet un accès négocié, culturellement codé, au monde extérieur. (On retrouve les propriétés de l'objet transitionnel). Même s'il se réduit souvent à des stéréotypes, à des caricatures des cultures ou des pays visités- ce qui s'explique aisément si l'on accepte sa fonction adaptative que j'essaie de décrire ici -, il n'en demeure pas moins une attitude largement répandue dans l'univers des voyages (on peut s'en désoler, mais il serait imprudent de ne pas tenter de le comprendre). Le tourisme peut être ainsi 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 ».

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). C'est en effet un système fermé ; à l'exotisme dominant répond l'auto-exotisation ironique des visités. Un article écrit par Deirdre Evans-Pritchard montre comment, tout en vendant leurs ouvrages en argent, les orfèvres puebls et navahos du Nouveau Mexique expriment et manipulent des stéréotypes accolés aux touristes 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 ». Un autre travail, oeuvre de Jill D. Sweet , 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 leur monde les gens, les idées et les événements étrangers. En jouant au touriste et à l'étranger (aux gens non pueblo), les acteurs comiques et les clowns puebls redéfi-

nissent pour leur communauté ce qu'est être pueblo. On retrouve ainsi une sociabilité ludique dont la fonction d'apprivoisement 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 va jusqu'à parler de cette « 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. Cette reformulation et cette production d'une « authenticité » pour touristes, ce jeu sur les stéréotypes s'intègrent bien dans cette dialectique exotique dont on parle ici. Une « causalité diabolique »¹⁸ s'instaure dans le face-à-face exotique, elle structure l'imaginaire touristique. « <Je deviens ce que vous me dites avoir toujours été > »).

Les visités s'habillent de 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) 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 touriste). Toute inadéquation entre cet imaginaire touristique et les comportements quotidiens des visités (y compris les modifications architecturales - hôtels, routes, etc.) est dénoncée parce que dénaturant et aliénant l'objet touristique local tel qu'il est désiré et fantasmé (par les touristes).

Emmanuel Lévinas décrit bien ce processus opérant dans la photographie. Il note 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 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 » . On peut, à ce propos, se demander si l'une des fonctions de la photographie durant les voyages n'est pas une forme de protection (et d'apprivoisement) du « Tout Autre », ce qui ferait de la photo un substitut symbolique à l'objet chez l'enfant jouant.

Cette 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 objectif d'un pays tel que le décriront journalistes, économistes, géographes ou sociologues. Le Brésil des brochures touristiques, par exemple, correspond assez lointainement à la situation sociale, économique et politique de ce pays). La rêverie exotique excède l'objet touristique, le soustrait à son environnement (en en sélectionnant quelques éléments « typiques ») de sorte que « nous pouvons, dans notre relation avec le monde, nous arracher au monde » (Lévinas). 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 ici 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.

Le « nous » transitionnel

[Retour à la table des matières](#)

Il existe une genèse réciproque entre cette 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, nous Club Med, nous amoureux de Venise, 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 cette culture de l'exotisme ; ils sont les moments forts de la constitution de ces « nous ». Georges Gurvitch a réfléchi sur la constitution de ces microsociétés. Il en donne quelques caractéristiques : 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 » . Cette citation aide à sortir d'une problématique psychologique que pourrait susciter, à tort, la référence faite dans ce texte à Winnicott. On ne peut en effet, comme le précise 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 vastes ».

Soulignons cet aspect collectif du tourisme (la pluralité de ces nous) en rappelant que « le premier tourisme a été un tourisme religieux, les premiers voyages "pour voir" et sans doute les plus importants, ont été effectués pour prier, et "pour voir" les lieux saints »).

Ces petites communautés humaines en transhumance ont généré une forme de sociabilité proche de la communion (Cf. P. Brown, V. Turner), un type de sociabilité que l'on pourrait, comme le Collège de Sociologie, qualifier de « communiel » .

Cette sociabilité communuelle 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.

Henri Raymond a montré comment, dans le cas du Club Méditerranée, ces microsociétés naissent et fonctionnent avec leurs rites, leurs espaces et leur imaginaire propres.

Cet aspect communiel des sociabilités humaines mérite une attention particulière. (À l'instar du Collège de Sociologie et de G.Bataille , 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). Une autre étude portant sur les alpinistes montre bien aussi la constitution de ces « nous » communiels. Il existe chez ces sportifs un dénominateur commun, c'est le sentiment de cohésion du groupe face aux « autres », qui sont parfois envisagés sans précision sous des formes agressives : « les gens qui n'ont rien à faire en montagne ! » On retrouve dans les attitudes de ces alpinistes une racine idéologique à fondement religieux « les possesseurs de la vraie foi peuvent se permettre d'excommunier sans nuances ni tolérance les non-croyants et les non-initiés. Les touristes sont vus comme les "béotiens" ou mieux encore pour rester dans la connotation religieuse, les philistins (...) Comme une secte à rites d'initia-

tion, l'alpinisme fonctionne plutôt comme un système de groupe fermé pour lequel le public, les autres, sont avant tout les exclus ». Cet état d'esprit se retrouve dans beaucoup de sports à risque (parachutisme, deltaplane moto, etc.) mais aussi chez les vacanciers modernes, de façon moins exacerbée que chez les alpinistes, il est vrai. Le succès auprès du public des formules de villages de vacances hermétiquement fermés à l'extérieur et indifférents au pays de séjour atteste de l'existence de cet état d'esprit qu'on a nommé ici sous le terme générique de « bulle touristique ». Cependant, la constitution de cette « bulle » - c'est-à-dire la rencontre d'un imaginaire, d'un « nous » et d'un espace touristiques ne se fait pas uniquement par l'exclusion de l'autre ; elle repose aussi sur un principe interne positif. C'est en effet un partage même éphémère d'émotions et d'une expérience communes qui fonde la socialité observée dans les groupes de touristes. Le sentiment exotique se rapproche du sentiment esthétique. Ils deviennent même quelquefois, une même et seule chose. Winnicott souligne à ce propos que la constitution de groupes humains a pour « racine naturelle » la mise en commun d'« expériences illusoires ». Pour Lévinas, l'Art et l'exotisme fonctionnent de la même 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 cet égarement dans la sensation, dans l'aïsthésis, qui produit l'effet esthétique ». 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 (la fameuse « ambiance sympathique »). Le groupe, et la sociabilité qui s'y développe ou qui est escomptée par le touriste, devient paradoxalement l'élément central de ce type de tourisme reléguant à l'arrière-plan le thème de la découverte du pays. On peut parler de l'exotisme comme d'une création symbolique concomitante au face-à-face entre le sujet et l'objet touristique, médiatisée par un territoire réel ou fictif et 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). . Ce type de sociabilité de vacances renvoie à la notion de holding maternel dont parle Winnicott ; en effet « il n'est pas possible au petit enfant d'aller du principe du plaisir au principe de réalité (...) hors la présence d'une mère suffisamment bonne ». Cette fonction est souvent présente dans le monde du

voyage organisé et explique en grande partie l'attrait pour ce genre de tourisme.

Le tourisme comme accommodation homéopathique à la division sociale ?

[Retour à la table des matières](#)

À l'instar de l'individu, ces groupes éphémères de vacanciers, ayant leur temporalité propre que l'on qualifierait d'asociale ou de sociétale (c'est-à-dire échappant un tant soit peu à l'imposition socioéconomique et historique, ou du moins rêvant de le faire), 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 vers un univers caractérisé par une « parfaite disponibilité à soi ».

En décrivant cette homologie de structure entre l'espace de vacances et l'espace ludique enfantin, le but n'est pas de revenir à la traditionnelle explication du phénomène des vacances comme « fuite » des conflits sociaux ou personnels ; cette interprétation scotomise ce fait social total qu'est le tourisme, en l'isolant d'une totalité anthropologique et civilisationnelle où il s'insère. Pour être plus clair, ce « décrochage » du social (social qui est perçu comme synonyme de séparation, de compétition, bref, renvoyant brutalement au principe de réalité) - illusoire ou effectué momentanément durant les vacances, nous renvoie à une utopie du « vivre-ensemble ». Il s'agit en fait de retrouver un temps à un 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 surcroît jamais connue (la *communitas*). C'est ce qui explique que certains analystes n'hésitent pas à parler de « régression » quand ils décrivent les comportements touristiques.

À mon sens, l'expérience du voyage et des vacances constitue un véritable laboratoire où des processus exploratoires, ludiques, de définition

de soi et des autres (par l'individu ou par les groupes via les individus) s'observent et où des identités « fantasques » (Winnicott parle de « faux self ») se laissent voir . C'est ce « tâtonnement Identitaire » qui constitue l'ossature symbolique du voyage, il prend actuellement la forme d'un jeu sur les appartenances sociétales à tel point que l'on peut y voir un processus global de « néo- communautarisme » excédant largement le champ du tourisme.

Processus explicable par les diverses dissolutions des liens traditionnels (famille, communauté villageoise, groupe de pairs, appartenance territoriale, uniformité des métiers du tertiaire, etc.) et exploité à des fins quelquefois douteuses par les adeptes d'une régression nationaliste, les prophètes en tous genres (sectes, fondamentalisme religieux, etc.) ou lucratives (clubs de vacances, de rencontre, de « relaxation », etc.).

Résumé - Abstract - Le tourisme comme objet transactionnel

[Retour à la table des matières](#)

On se propose dans ce travail de fournir quelques éléments (tirés d'une pratique professionnelle de guide de voyage et de l'observation de groupes de jeunes touristes français visitant le tiers-monde) qui poussent à penser que les images-stéréotypes exotiques, certes déformantes, ont une fonction essentielle dans l'appréhension que fait le touriste de l'inconnu. Elles sont moins des obstacles iconiques à la reconnaissance du monde que des représentations « transitionnelles » (Winnicott), stables et collectives, alimentées par l'univers du religieux au sens large et marquées par les traditions curiales, facilitant l'appréhension de l'Autre et de l'Ailleurs. En fait, à travers l'exploration succincte de cet imaginaire exotique, on espère montrer que 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.

Tourism as a transitional object

Exoticism (and tourism) appears as what facilitates and makes less threatening the meeting with the unknown, the « entirely different » (le TOUT AUTRE) –Rudolf Otto uses this expression as an equivalent of « sacred ». In that respect, exoticism seems to be a social construction of the alterity, something between « them » and « us », in others terms a kind of transitional object. Like the object, exoticism is already there via literature, advertising, movies and stories, but it is also recreated in so far as the criteriums of exoticism are always a subject of a permanent reconstruction.

What is to be emphasized here is that this interaction with the surroundings happens through cultural « filters » or codes, that we can lay down as the results of (and as a means to) adaptation : an original and constantly reinvented « accomodation » of a culture to its surroundings.

El turismo como objeto transaccional

Lo exotico y mas concretamente, el turismo, facilita el encuentro con lo desconocido. al mismo tiempo que lo hace parecer menos amenazador (con lo « radicalmente diferente »). Rudol Otto substituye lo « sagrado » por esta expresion. Desde este punto de vista, el turismo aparece como una construccion social de la alteridad, como un elemento intermediario entre « ellos » y « nosotros », como. utilizando terminos diferentes, un objeto transitivo. En tanto que objeto, el exotismo existe a traves de las imagenes tranmitidas par la litaratura, la publicidad, el cine y por otros medios audiovisuales, pero ademas. los criterios que lo constituyen cambian constantemente.

En este articulo se subraya la interaccion existente entre todos sus elementos graciads a ciertos « filtros » o « claves interpretativas » que favorecen en la existencia _ de un contexto de adaptacion. El turismo es en suma, una adaptacion orginal de los individuos a una cultura diferente.