

« Les touristes sont des faux voyageurs. »

*TOURISTE – Terme employé avec une nuance de dédain, parfois d'agacement, par le touriste pour désigner d'autres touristes.*

Pierre Daninos, *Vacances à tous prix*, 1973

Alors que du point de vue lexicologique il est aussi stupide de dire du touriste qu'il n'est pas un voyageur que d'une orange qu'elle n'est pas un fruit (le touriste est un type de voyageur parmi d'autres), de toutes les idées reçues sur les vacances et les voyages, ce préjugé est sans doute un des plus tenaces mais aussi un des plus anciens. Figé aujourd'hui dans le langage courant comme une épithète péjorative dont la valeur oscille entre l'ironie et le mépris, ce mot a très vite perdu ses lettres de noblesse.

Si Stendhal, à la fin des années 1830, est fier d'en être un, vingt ans plus tard, on en a honte. C'est le cas de Flaubert, en Grèce, qui, en 1850, déplore ne faire qu'un « voyage de touriste (oh !!) ». Et sous les plumes de Rodolphe Töpffer, qui relate son *Voyage autour du Mont-Blanc* en 1853, de Labiche et son *Voyage de M. Perrichon* (1860), de Daudet et de son *Tartarin* (1870), et de beaucoup d'autres encore, l'image du touriste comme personnage ridicule, ignorant, naïf et maladroit, avatar très dégradé du voyageur, est déjà là et amorce son exclusion de la catégorie du Voyageur, avec un grand V.

D'où vient cette ségrégation ? À bien des égards, de ce que le touriste est ainsi perçu par l'opinion : il

est au voyage d'agrément ce que le fonctionnaire est au travail. Il est un faux voyageur. Il en est une imitation, un fac-similé, une version si détériorée par le grotesque que, finalement, il n'est plus un voyageur. Si bien que s'impose cette idée (ou cette idéologie) qu'entre celui-ci et celui-là la différence n'est pas de degré mais de nature. Les abondantes métaphores employées pour le désigner accèdent ce rejet en le déportant hors même de l'humain. Le touriste est un chien (un « toutou »), un mouton (il se déplace en « troupeaux »), un doryphore (il dévore tout sur son passage), il circule en essaims (de guêpes) ou en nuées (de sauterelles). Il a même été comparé à une invasion de « bactéries géantes » !

Comment interpréter ce mépris du touriste – dont on notera, c'est entendu, qu'il est toujours simple (« simple touriste »), bon marché (« classe touriste ») et inopportun (« être là en touriste ») ? Sans doute faut-il remonter assez haut dans notre histoire pour comprendre cette ségrégation entre touriste et voyageur. C'est que le tourisme contemporain procède d'une démocratisation mal supportée d'un usage d'agrément du voyage initialement réservé aux élites, aux aristocrates et aux plus riches. Avant même sa « massification », c'est le partage et la vulgarisation de cette mobilité de loisir qui font problème et discréditent le nouvel utilisateur. Pourquoi ? Parce qu'il spolie les élus du voyage d'un monopole : explorer le monde et jouir de sa découverte comme des initiés confidentiels. La banalisation de cette jouissance et de cette relation rare au monde scelle la fin d'un privilège d'où découle une rancœur certaine en forme de réaction en chaîne : du noble vis-à-vis du grand bourgeois, de celui-ci vis-à-vis du moyen bourgeois, et ainsi de suite au fil de la pente de la

pyramide sociale, au bas de laquelle on trouvera, beaucoup plus tard, les « salopards en casquette » de 1936, puis les « cons-kodak » de San Antonio.

Le tourisme, dans cette optique, est une nouvelle scène où se rejoue l'affrontement des classes sociales. En outre, après l'effondrement d'une civilisation de l'*otium* (en latin, « temps de repos, inaction »), qui faisait de l'oisiveté une valeur cardinale des classes dominantes (Veblen, 1899), cette valeur a été réinjectée dans une société construite sur sa négation : la société marchande, société du négoce, du *negotium*, « occupation, affaire », de *otium*, précédé de *neg-*, comme dans *négatif*, de *negare*, « nier ».

Bref, ce retour de l'*otium* sous la forme du tourisme, du voyage pour le plaisir, dans notre société du travail, qui, aux antipodes de la précédente, a fait du labeur et de l'activité productive des valeurs cardinales, est un *come-back* de l'oisiveté mal acceptée, surtout quand elle s'empare du plus grand nombre. Sans doute est-ce pour cela, conformément à cette éthique, que, touristique ou non, l'on s'acharne tant à faire en sorte que le temps vide des vacances soit toujours plein, rempli, débordant d'activités sportives et culturelles qui occupent. Il reste que c'est également cela le touriste, un voyageur non aristocratique mais néanmoins oisif, dont le voyage a pour défaut principal d'être inutile : fait de vaine curiosité et de désœuvrement, comme le pensait Littré !

Aussi, beaucoup, par conviction ou simple conformisme, s'emploient-ils à trouver à leurs voyages des mobiles « sérieux » ou des utilités (santé, culture, écologie, enfants, etc.) Ce ne sont le plus souvent que des alibis, juste de quoi résorber une mauvaise conscience. Car pour le reste, le touriste, il est vrai, est un voyageur sans alibi – contrairement au diplomate, au

journaliste, au marchand ou à l'ethnologue, qui tous ont cet avantage moral : ils peuvent se prévaloir d'une mission. Il y a là une hypocrisie certaine que dénonce par exemple Jacques Meunier (écrivain-voyageur et « ethnologue défroqué ») en écrivant à propos des ethnologues : « Que sont-ils d'autres, après tout, que des touristes décentrés et subventionnés ? Qui leur a octroyé le monopole des autres ? Et depuis quand faut-il un diplôme pour avoir le droit de vagabonder, d'échanger de la pacotille contre des anecdotes, de vivre dans d'autres sociétés ? » Et ce pourfendeur d'idées reçues d'ajouter : « Autant le tourisme, qui transforme l'autre en spectacle, est choquant, autant la dénonciation de ce tourisme, au nom d'un regard spécialisé, d'un tourisme supérieur, est dérisoire. » (*Voyages sans alibi*, 1994). Nous sommes tous des touristes en quelque manière.

Car bien sûr, à l'origine de ce discrédit, c'est encore cela le touriste : ce qu'il peut faire du monde, à savoir un spectacle caricaturant, détruisant ou violant l'intimité des peuples et des sociétés, leurs mœurs et leurs cultures. Mais il ne faut pas ici se tromper de cible en confondant tourisme et touriste : une industrie et un homme – les effets d'un commerce et les rêves d'un voyageur.

Enfin, le partage sectaire entre touriste et voyageur voit ce préjugé se trouver une raison supplémentaire dans « l'effet de masse » du tourisme. Le touriste est toujours trop nombreux. La tentation est grande de dire d'abord à ceux qui usent de cet argument pour dénigrer le touriste (qu'ils sont eux-mêmes) de rester chez eux. Ils seront alors, et seulement, à la hauteur de leur raisonnement. Car là n'est pas le moindre des paradoxes de cette idée reçue : les touristes sont les adversaires les plus obstinés du touriste ! Mais cette

« masse » du touriste lui est-elle si spécifique ? Le touriste, quand il le fait, n'est pas le seul à voyager en groupe. Et il est des groupes de voyageurs, conquérants, missionnaires, colons ou archéologues, qui, en cinq siècles, de Christophe Colomb à nos jours, firent bien plus de ravages que jamais, en un demi-siècle, le touriste « de masse » contemporain ne fit, en dépit de son nombre...