

Tourisme, mobilités et altérités contemporaines

Numéro coordonné par Anne DOQUET et Olivier EVRARD

ISSN 0009-8140
ISBN 2-87263-022-8

Ce numéro a été publié avec le soutien de l'Institut de Recherche pour le Développement (IRD) et du Fonds ISDT Wernaers

On assiste aujourd'hui un peu partout dans le monde à un développement sans précédent d'une mobilité touristique impliquant des flux à la fois humains, techniques, financiers et culturels.

Ce numéro de *Civilisations*, qui prend acte de l'intérêt croissant que le tourisme suscite désormais dans les sciences sociales, est structuré autour de trois axes de réflexion. Le premier vise à réinscrire l'étude du tourisme dans celle, plus large, de l'ensemble des mobilités et des flux dans le monde globalisé. Portant sur la dimension politique du tourisme, le deuxième axe procède à un examen des liens complexes entre tourisme et nationalisme. Le troisième axe s'attache enfin, par un décentrement géographique et culturel, à prendre en compte les représentations et les pratiques des touristes non occidentaux. Ensemble, les trois axes autour desquels est construit ce numéro concourent à réexaminer la place du tourisme dans la mondialisation, faisant de ce dernier un objet privilégié pour une anthropologie du contemporain.

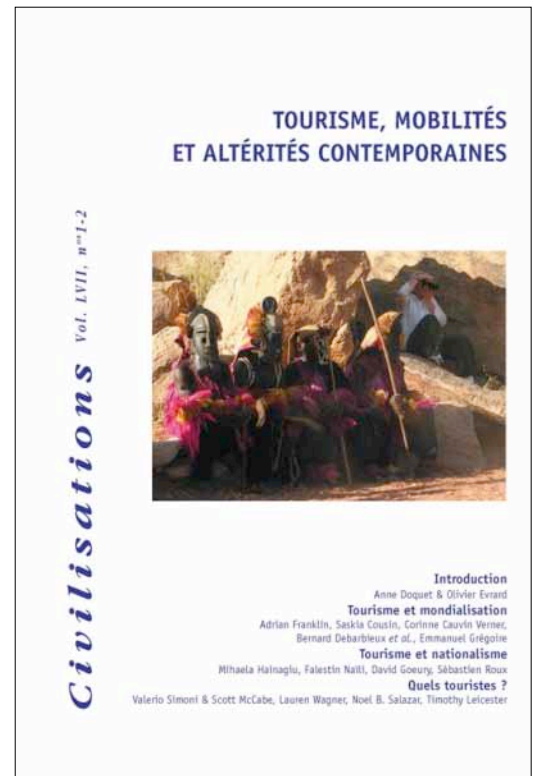


TABLE DES MATIERES

Numéro coordonné par Anne DOQUET et Olivier EVRARD

Introduction

Anne DOQUET et Olivier EVRARD

Tourisme et mondialisation : images, institutions, territoires

Un nouvel ordonnancement ?

The tourism ordering. Taking tourism more seriously as a globalising ordering
Adrian FRANKLIN

L'Unesco et la doctrine du tourisme culturel. Généalogie d'un « bon » tourisme.
Saskia COUSIN

Territoires et liens sociaux

Les Hommes bleus du Sahara, ou l'autochtonie globalisée.
Corinne CAUVIN VERNER

Spatialités et territorialités du tourisme. Dialectique du flux et de l'ancrage dans les Alpes
Bernard DEBARBIEUX, Cristina DEL BIAGGIO, Mathieu PETITE

Développement touristique et reproduction sociale à l'île Maurice.
Emmanuel GREGOIRE

Tourisme et nationalisme : les enjeux politiques des mobilités de loisir

Écrire le mythe, réécrire l'histoire

Une légende à des fins touristiques dans la Roumanie communiste. Les circuits à thème « Dracula, Vérité et Légende ». Mihaela HAINAGIU

Hilma Granqvist, Louise Baldensperger et la «tradition de rencontre » au village palestinien d'Artas.
Falestin NAILI

Frontières

« Wagh Border » Mise en tourisme d'un rituel nationaliste à la frontière indopakistanaise.
David GOEURY

La menace touristique. La Thaïlande face à « l'importation » du sida.
Sébastien ROUX

Quels touristes ?

Qui est touriste ?

From ethnographers to tourists and back again. On positioning issues in the anthropology of tourism.
Valerio SIMONI and Scott McCABE

Diasporic visitor, diasporic tourist. Post-migrant generation Moroccans on holiday at 'home' in Morocco
Lauren WAGNER

L'Autre touriste

« Enough stories! » Asian tourism redefining the roles of Asian tour guides.
Noel B. SALAZAR

Conflits et enjeux identitaires dans le tourisme rural à Yangshuo, Chine.
Timothy LEICESTER

Introduction

Anne DOQUET et Olivier EVRARD

“(…) -a lonely planet but a crowded stage”.

Victor Alneng (2002 : 127)

Depuis plusieurs décennies, on assiste un peu partout dans le monde à un développement sans précédent de la mobilité touristique impliquant des flux à la fois humains, techniques, financiers et culturels. Longtemps, deux attitudes ont prévalu au sein des sciences sociales, notamment francophones, à l’égard de ce phénomène. La première considérait le tourisme comme un objet mineur, sinon trivial; la seconde y voyait la simple extension de rapports commerciaux à de nouveaux secteurs de la vie sociale et, ou, de sociétés. Ignoré ou négligé par les uns, le tourisme était accusé de tous les maux par les autres : néocolonialisme, paupérisation et accroissement des inégalités sociales, destruction de cultures « authentiques », notamment. Sa réhabilitation comme objet de recherche fut lente dans le milieu universitaire francophone et initiée à partir des années 1990 essentiellement par la géographie, progressivement relayée par la sociologie et l’anthropologie¹. Désormais, le tourisme suscite un intérêt croissant, en témoignent les nombreux numéros thématiques de revues récemment parus – Michaud et Picard (2001), Rauch (2002/2003), Doquet et Le Menestrel (2006), Réau (2007) – ou en préparation².

Le présent numéro s’inscrit pleinement dans cette dynamique en insistant plus particulièrement sur trois thèmes qui, parce qu’ils ont été longtemps négligés, nous semblent constituer des axes de réflexion intéressants pour le futur. Il s’agit en premier lieu

1. Longtemps, les sociologues n’ont abordé le sujet que « dans le cadre d’un domaine d’investigation plus légitime, comme la famille, la sexualité ou l’environnement » (Réau 2007: 5), ou bien l’ont considéré à partir d’un ensemble plus larges de pratiques, regroupées sous l’appellation de « loisirs ». Les anthropologues, quant à eux, y ont vu une invasion de leurs terrains traditionnels et une nouvelle forme de colonisation de ceux qu’ils étudiaient.
2. Différents numéros thématiques de revues consacrés au tourisme sont à paraître, notamment dans les *Cahiers d’Etudes africaines*, les *Cahiers des Amériques Latines* et la revue *EspacesTemps.net*.

(1) de réinscrire l'étude du tourisme dans celle, plus large, des mobilités dans le monde globalisé. Il faut pour ce faire resituer dans ce cadre non seulement les touristes *stricto sensu*, mais également les flux de travailleurs saisonniers ou de populations migrantes, d'images, de capitaux et de valeurs que l'existence des touristes suppose, accompagne et perpétue. Il s'agit ensuite (2) de réexaminer les liens entre tourisme et nationalisme : si le premier a souvent été vu comme un dépassement du second et la promesse de l'avènement d'une société post-nationale, son histoire et son actualité récente dans différents pays nous montrent que ces relations sont en fait bien plus complexes³. Il s'agit enfin (3) d'opérer un décentrement géographique et culturel en prenant davantage en compte les représentations et les pratiques des touristes non occidentaux.

Ensemble, ces trois thèmes doivent permettre un réexamen plus lucide de la place occupée par le tourisme dans la mondialisation, c'est-à-dire l'élargissement et l'accélération des flux humains et matériels qui semblent caractériser la période actuelle, ainsi que les nouvelles formes d'interconnexions et de tensions entre le global et le local. Il nous faut ici apporter deux précisions sur notre démarche. En premier lieu, nous ne cherchons pas à opposer une prétendue « modernité » qui serait caractérisée par des flux incessants et la disparition des frontières à un monde « pré-moderne », où les sociétés auraient vécu en vase clos, en dehors de l'histoire, avant d'être brutalement arrachées à leur isolement par la colonisation. Le « système-monde » a déjà connu par le passé des phases d'accélération et de ralentissement des échanges, et bien des discours tenus aujourd'hui ressemblent fortement à ceux qui prévalaient à la fin du 19^e siècle lorsque de nouvelles techniques ont semblé rétrécir les distances et accélérer les déplacements (Friedman 2000 : 202-203). Deuxièmement, nous n'ignorons pas non plus que la mobilité touristique est accessible seulement à une petite minorité dans le monde et que l'idée d'une « modernité liquide » avancée par des auteurs comme Zygmunt Bauman ressemble bien davantage à une incantation ou à un positionnement idéologique qu'à une attitude scientifique (Evrard 2006). Pour autant, le développement de l'industrie et des comportements touristiques constitue une réalité difficilement contestable, et ce depuis le milieu du 19^e siècle. Des formes de mobilités assez similaires ont pu se développer à des périodes bien plus anciennes dans différentes parties du monde, mais sans posséder une telle ampleur ni surtout sans être nommées de façon distinctives comme « touristiques » (Doquet et Evrard 2008). Sans, donc, faire le jeu d'une « vulgate transnationale » (Friedman 2000) aveuglée par la célébration d'un monde en perpétuel mouvement, on peut affirmer que le développement du tourisme, parce qu'il a accompagné la naissance des États-nations, la colonisation et la révolution industrielle, en fait un objet privilégié pour une anthropologie du contemporain. Parce que le tourisme s'est trouvé imbriqué dès ses origines à des phénomènes dont les termes font aujourd'hui débat chez les anthropologues (mondialisation, globalisation, glocalisation, multiculturalisme, métissage, pour n'en citer que quelques-uns), il doit logiquement permettre de mieux les comprendre et d'en interroger le devenir.

3. Un exemple récent est fourni par le temple khmer de Prae Vihar, situé sur la frontière entre la Thaïlande et le Cambodge. Objet d'un contentieux territorial entre les deux pays, lieu de pèlerinage et de tourisme, le temple a également fait l'objet au cours des dernières semaines d'affrontements armés. La situation déjà tendue s'est brusquement dégradée lorsque le Cambodge a déposé officiellement auprès de l'Unesco une demande de classement du site au Patrimoine mondial de l'Humanité.

Tourisme et globalisation : images, institutions, territoires

L'anthropologie du tourisme, on l'a dit, a été relativement lente à se développer en milieu francophone, à l'exception notamment des travaux fondateurs de Michel Picard (1992) ou de Jean-Didier Urbain (1991). Il en va tout autrement dans le monde académique anglo-saxon où le tourisme a fait l'objet de nombreuses recherches et publications dès les années 1960. Dominant au début, le paradigme de l'impact du tourisme sur les sociétés d'accueil a été progressivement délaissé, en même temps que se développaient les études portant sur le monde occidental lui-même et qu'émergeait l'idée d'une différenciation entre la sphère touristique et celle du quotidien. John Urry (1990) notamment a insisté sur les innovations techniques qui ont facilité la circulation des hommes et des signes, généré leurs envies de voyage et finalement modelé un « regard » touristique (une notion inspirée des travaux de Michel Foucault), lequel s'est immiscé dans tous les aspects de la vie courante. L'idée que le tourisme a ainsi quitté les marges de la vie sociale (ou la « scène » telle qu'elle était définie par Dean Mac Cannel 1976) pour en occuper le centre a été par la suite largement reprise et développée par plusieurs auteurs (Bauman 1996; Urbain 2001 : 331; Wood 1998 : 228-234 notamment).

Le texte d'Adrian Franklin présenté en ouverture de ce numéro se situe dans le prolongement de ces travaux mais il s'en distingue également de plusieurs façons. En premier lieu, s'il accorde, comme John Urry, un rôle crucial aux innovations techniques dans le développement du tourisme, il s'inscrit plus clairement dans la perspective du « matérialisme relationnel » chère à la sociologie des réseaux et à la théorie des « objets hybrides » (Latour 1991). Deuxièmement, il insiste sur l'idée que l'ensemble des dispositifs techniques qui facilitent, encadrent et perpétuent la mobilité touristique (son « machinisme » selon ses propres termes) ne sont pas venus historiquement concrétiser un intérêt « naturel » pour le voyage mais qu'ils ont constitué au contraire les instruments d'une entreprise de persuasion. La désirabilité du tourisme ne fut pas spontanée même si elle semble aujourd'hui s'auto-générer : il a fallu rendre attirant l'inconnu par l'intermédiaire de discours et de procédés techniques et les États ont ici joué un rôle crucial, reprenant parfois les inventions de quelques pionniers comme Thomas Cook par exemple. En proposant de considérer le tourisme comme un « ordonnancement » ou une « mise en ordre », Adrian Franklin tente ainsi d'opérer une synthèse entre une anthropologie des techniques et une approche plus politique inspirée notamment des travaux de Michel Foucault.

Outre son positionnement théorique, ce texte nous a semblé constituer une entrée en matière pertinente parce qu'il propose et discute plusieurs exemples concrets d'ordonnancement touristique impliquant de nouvelles articulations du local et du global. Ces exemples se trouvent illustrés, nuancés et parfois contredits dans les autres articles, offrant ainsi la possibilité d'un débat. C'est le cas par exemple pour la « (re)création des lieux » (*place-making*). Intimement liée à un des effets de l'ordonnancement touristique qu'Adrian Franklin nomme *translation*, elle suppose que le lieu se transforme et s'organise spécifiquement pour le visiteur, et que sa réputation devient une condition importante de sa reproduction.

Ce processus est examiné en détail par Bernard Debarbieux, Cristina Del Biaggio et Mathieu Petite dans le cas de trois communes des Alpes où le jeu de mobilités croisées qui a accompagné le développement du tourisme de montagne (anciens touristes devenus résidents, installations de commerçants saisonniers, départs d'anciens habitants) a été

perçu comme une menace d'affaiblissement du lien social au territoire. Le renforcement de celui-ci est ensuite passé par l'affirmation de valeurs, ou en d'autres termes par le choix d'une image que la commune entend donner aux visiteurs. Cette transformation du « lieu ressource en lieu-projet » ne signifie pas, contrairement à ce qu'affirme abusivement Adrian Franklin, qu'il n'existait pas de récits (*narratives*) d'origine, ni de sens de la singularité des lieux dans le monde pré-touristique (la littérature orale de nombreuses populations étudiées par les ethnologues, par exemple, est assez claire sur ce point)⁴. Cela ne signifie pas non plus que les habitants d'un lieu devenu touristique se sentent nécessairement mieux « connectés » au monde. L'article d'Emmanuel Grégoire offre ici un contrepoint intéressant à l'optimisme (revendiqué comme tel) d'Adrian Franklin. Il montre clairement comment le tourisme sur l'île Maurice s'est développé en perpétuant les inégalités sociales et raciales héritées de l'économie de plantation. L'industrie du tourisme balnéaire a permis aux grandes familles franco-mauriciennes de maintenir leur contrôle sur l'économie nationale et de pallier les défaillances de la filière sucrière qui fit autrefois leur fortune. L'absence totale de tourisme culturel ou historique sur l'île renforce par ailleurs le sentiment d'exclusion des populations mauriciennes les plus déshéritées⁵. Le *place-making* dans lequel Adrian Franklin voit une ouverture au monde apparaît ici d'abord comme la construction d'une illusion pour les visiteurs et la réalité d'un enfermement pour certains des autochtones.

Enfin, on peut encore faire remarquer que l'optimisme d'Adrian Franklin tend souvent à occulter les conditions de la rencontre touristique et notamment la part de violence dont il est souvent porteur. Cette violence réside souvent dans ce que le tourisme cache, mais son occultation ne résiste pas toujours au temps. Le texte de Sébastien Roux montre comment en Thaïlande, le tournant libéral a induit la reconnaissance de l'existence de liens entre tourisme et industrie du sexe, et a mis fin au traditionnel tabou sur le sujet. Si les attaques se sont concentrées sur les pratiques les plus visibles de la prostitution et les circuits organisés autour de la consommation prostitutionnelle, elles ont dénoncé plus largement un tourisme sexuel jusqu'alors dénié. Dans le cas de l'île Maurice, Emmanuel Grégoire témoigne du sentiment d'exclusion d'une partie de la population écartée des bénéfices du tourisme, mais aussi de l'émergence d'un sentiment de rejet face à l'empiètement de l'espace touristique sur celui alloué aux Mauriciens, laissant présager une mise en péril de la stabilité politique du pays et de la paix sociale. Les Créoles de l'île Maurice ont leurs équivalents dans presque toutes les destinations touristiques : habitants des bidonvilles qui fleurissent derrière les grands hôtels, nomades sédentarisés ou réfugiés exhibés à la curiosité et aux appareils photos des touristes, prostitué(e)s spécialisés dans la clientèle internationale... Souvent cachée, la violence peut parfois constituer la motivation affichée du voyage. On peut rappeler ici que la fascination pour l'incongru, l'indécent, la violence, le macabre ou tout simplement le danger semble constituer l'un

-
4. Tout comme le sont les travaux de Fredrik Barth (1969) par exemple : les identités ethniques – le sens d'une appartenance collective distinctive – se créent fatalement sur des frontières, lesquelles ont toujours existé dès lors que des groupes humains étaient en contact.
 5. Il y a probablement ici une spécificité du tourisme balnéaire, qui semble favoriser le cloisonnement entre l'activité touristique et la population locale. Le phénomène a été étudié par exemple en Thaïlande par Erik Cohen (2001). Inversement, le tourisme dit « culturel » semble à même d'initier de véritables recompositions locales (Doquet et Le Menestrel 2006; Picard 1992).

des ressorts les plus anciens de la mobilité touristique (Urry 2004 : 204-215). À Marseille en 1830, des entrepreneurs locaux emmenaient les touristes assister aux bombardements d'Alger depuis le large confortablement installés sur un grand bateau (Mitchell 1991 : 57). À la même époque en Angleterre, l'un des premiers voyages organisés en train avait pour objectif d'aller assister à une pendaison (Doquet et Evrard 2008). Inversement, le tourisme peut en lui-même générer une violence dans les territoires d'accueil, violence qui peut alors prendre des aspects particuliers en fonction de la culture ou du contexte local (Cohen 1996; Evrard 2006 pour des exemples thaïlandais). À l'opposé de l'analyse naïve faite par Valene Smith du tourisme comme « *plus grand mouvement pacifiste qu'ait connu l'humanité* » (1989 : 12), et de l'optimisme affiché d'Adrian Franklin, on peut donc s'interroger sur la façon dont le tourisme et l'idéologie qu'il véhicule sont directement impliqués dans la violence du monde telle que nous la connaissons aujourd'hui. Les liens entre tourisme et terrorisme (Phipps 1999), à la fois concrets (sites touristiques visés par des terroristes) et symboliques (le terroriste comme cauchemar du touriste, le touriste comme victime expiatoire et haïssable du terroriste) en constituent pour ainsi dire la manifestation paroxystique.

Ces limites posées, le tourisme induit bien de nouveaux discours sur les lieux et repose effectivement sur une valorisation du particulier qui devient sa propre justification : dans l'exemple donné par Bernard Debarbieux, Cristina Del Biaggio et Mathieu Petite, certaines communes utilisent l'absence de tourisme pour affirmer en retour une identité plus authentique, susceptible d'attirer des visiteurs. À l'échelle globale, le tourisme acquiert une légitimité institutionnelle par la promotion d'une éthique de l'interculturalité, de la rencontre, de l'ouverture et de la paix. L'histoire de l'Unesco proposée par Saskia Cousin montre comment cette institution a progressivement défini et encouragé le tourisme « culturel » comme une forme idéale de tourisme, vecteur de développement et respectueux des populations locales. Cette valorisation s'est accompagnée d'un nouveau vocabulaire : à l'humanisme universel a succédé la promotion des différences entre les communautés, puis celle d'une diversité culturelle garante de la survie de l'humanité. De nouvelles procédures ont également vu le jour : le titre de Patrimoine Mondial de l'Humanité visait à l'origine à protéger certains sites sensibles sans nécessairement consulter pour cela l'État dont ils relevaient; il est devenu aujourd'hui un label explicitement touristique qui fait l'objet de sélections et de véritables campagnes de communication de la part de ceux qui veulent l'obtenir. Il y a bien ici une forme d'injonction de singularité qui génère un « ordonnancement », autant sémantique que technique : le tourisme n'est plus seulement un instrument valorisé par l'Unesco, il en légitime aussi l'existence.

Finalement, l'un des paradoxes de l'ordonnancement touristique réside dans sa capacité à articuler de façons très différentes, et parfois contradictoires, les échelles globales et locales. Tandis qu'Adrian Franklin retient surtout l'idée d'une synergie vertueuse, Emmanuel Grégoire propose au contraire l'exemple d'une disjonction radicale, et potentiellement antagoniste. Entre ces deux extrêmes, le texte de Corinne Cauvin Verner offre un point de vue plus nuancé, plus complexe aussi, ancré dans une approche ethnographique des Nwajî du Sud-marocain. Passés en quelques années du statut de minorité régionale discriminée par l'État à celui de représentants légitimes de l'ensemble des populations nomades du Sahara, les « Hommes Bleus » ont su se réappropriier les classifications ethniques issues de la période coloniale et jouer d'un essentialisme stratégique. L'auteur montre comment ils ont construit leur identité « d'autochtones » dans la rencontre touristique, par l'intermédiaire notamment de leurs associations avec

des Européens qui s'implantent dans la région. L'expérience de mobilité en Europe, où se rendent certains guides nwajî à la fin de la saison joue également un rôle crucial en leur permettant de constituer des réseaux utiles à leur activité mais également d'objectiver leur culture et de susciter une conscience de groupe dont ils se font les porte-paroles lorsqu'ils reviennent. Leur autochtonie est donc une « construction intellectuelle théâtralisée » qui n'existe, paradoxalement, que dans une relation transnationale. Localement, le tourisme a eu pour les Nwajî de nombreux avantages (développement d'une pluriactivité, revalorisation de la mémoire collective, réappropriation d'un territoire) mais il n'a jamais fait disparaître les logiques segmentaires, contribuant même parfois à les envenimer.

Tourisme et nationalisme : les enjeux politiques des mobilités de loisir

Le tourisme a souvent été considéré comme la manifestation la plus évidente de l'avènement d'une société à la fois multiculturelle et transnationale, voire comme un outil pour en favoriser l'émergence (position clairement affichée par l'Unesco). De tels discours tendent à faire oublier qu'historiquement, c'est le nationalisme qui a rendu le territoire attractif et qui en a permis la valorisation et la protection. En d'autres termes, ce ne sont pas la différence et l'extraordinaire qui ont créé les touristes mais au contraire la perspective de prendre place dans des cultures nationales qui attireraient les touristes (Franklin 2004 : 298), les pratiques touristiques constituant des vecteurs de distinction sociale. Encore aujourd'hui, les États se servent du tourisme pour générer un sentiment de citoyenneté, de solidarité sociale, mais aussi comme un outil dans les relations internationales (Franklin 2003 : 25). Les nations promeuvent le tourisme comme un moyen pour renforcer la cohésion nationale et « comme une ressource effective ou potentielle de revenus extérieurs, un marqueur de statut politique tiré d'un capital culturel et un moyen de se légitimer comme entité territoriale » (Smith et Robinson 2006 : 2). Ceci vaut autant pour les pays venant d'acquérir leur indépendance, que pour ceux qui doivent faire face à des revendications d'autonomie régionale, ou qui s'intègrent dans des unités politiques plus vastes (Lanfant 1995 : 33). Pour autant, il serait excessif de réduire le tourisme à sa seule dimension instrumentale : les mouvements de populations et les interactions qu'il génère échappent aussi parfois au contrôle des États, ou du moins les obligent à reconsidérer le contrôle exercé sur leurs frontières. La même remarque vaut également pour les images et les mythes touristiques, qui peuvent se nourrir d'un « imaginaire national » ou bien au contraire être créés à l'étranger et véhiculés par le tourisme, chaque État essayant alors avec plus ou moins de succès d'en présenter une version conforme à son intérêt.

Écrire le mythe, réécrire l'histoire

L'activité touristique génère en permanence des mythes et des légendes parfois décalées des réalités sociales et culturelles des pays d'accueil (Selwin 1996). Dans le même temps cependant, il existe de nombreux exemples où les mythes touristiques sont à même d'alimenter et de raviver le sentiment national, ou bien contiennent une réponse politique possible pour résoudre des antagonismes nationaux. Chaque Nation, lors de sa création s'est inventée un passé et recouru au folklore : ainsi se sont créés des musiques, des costumes, des histoires et des mythes nationaux. Le développement du tourisme culturel procède d'une logique similaire en ce qu'il induit la sélection d'idées et d'éléments représentatifs d'un pays Il n'est donc pas surprenant d'observer des liens

étroits entre les politiques culturelles nationales et les principaux lieux et symboles d'attraction touristique. La fusion entre les objets des politiques culturelles et ceux du désir touristique, d'abord mise en évidence à Bali (Picard 1992), s'est ensuite retrouvée dans des lieux multiples, aussi bien en Inde qu'en Angleterre (Butcher 2006 : 23). Les deux articles de Mihaela Hainagiu et de Falestin Naïli illustrent également chacun à leur façon comment des mythes promus dans le cadre de l'activité touristique peuvent affecter et nourrir le sentiment d'appartenance nationale et influencer les relations internationales.

Dans la Roumanie communiste, Mihaela Hainagiu montre comment des circuits à thème intitulés « Dracula, vérité et légendes » consacraient l'image de héros national de Vlad l'Empaleur, un prince valaque du 15^e siècle déjà érigé en symbole de la nation roumaine au 19^e siècle⁶. Sous Ceausescu, cette nouvelle héroïsation du personnage s'inscrivait dans un double projet. En premier lieu, célébrer la construction de la nation communiste et les vertus patriotiques de Nicolae Ceausescu à travers la commémoration des chefs d'État qui l'avaient précédé. L'auteur montre dans quelle mesure ces circuits recouraient pour cela à une « invention » des traditions mêlant discours savants et réinterprétation de lieux historiques. Deuxièmement, il s'agissait aussi de s'opposer à l'appropriation du personnage de Vlad l'Empaleur par l'industrie touristique américaine qui, sur la base d'œuvres littéraires et cinématographiques, proposait d'y voir l'incarnation historique du mythe de Dracula. Tandis que le regard occidental, par une série de déplacements et de réinterprétations, tendait à assimiler les deux personnages, le pouvoir roumain cherchait lui à les dissocier en érigeant Vlad l'Empaleur au rang de héros combattant pour la justice et l'indépendance du pays. Enfin, de tels circuits touristiques participaient aussi d'une forme de colonialisme interne : affirmer l'exemplarité d'un héros national roumain dans une province anciennement hongroise devait permettre de « roumaniser » la Transylvanie, région périphérique et multiculturelle. Ici, le tourisme exprime clairement des enjeux nationaux, territoriaux et diplomatiques, les tensions autour des « circuits Dracula » apparaissant comme des scènes périphériques de la guerre froide mobilisant les élites communistes.

Le texte de Falestin Naïli montre lui aussi comment un projet touristique peut nourrir l'expression d'une identité nationale, mais dans des circonstances et un contexte très différents. Pour mettre en place un Centre du Patrimoine Populaire Palestinien, un instituteur du village d'Artas, près de Bethléem, s'est ainsi appuyé sur les travaux de l'ethnologue finlandaise Hilma Granqvist. Cette dernière, qui avait longuement séjourné à Artas durant les années 1920 et 1930 en travaillant avec quelques informateurs privilégiés dont l'oncle de l'instituteur, a produit une œuvre qui est aujourd'hui précieuse pour les Palestiniens, car elle témoigne de la vie des *fallāhīn* (agriculteurs) et de l'état de leur société avant son éclatement en 1948. À cette valeur historique vient s'ajouter une valeur politique, le mouvement folkloriste palestinien créé dans les années 1970 ayant fait de l'agriculteur une figure essentielle de l'identité palestinienne et le symbole du « lien naturel à la terre perdue ». Enfin, la figure d'Hilma Granqvist permet à Artas de revendiquer une tradition de rencontre avec l'Occident, propice à renforcer son attrait pour les voyageurs. L'utilisation des travaux de l'ethnologue finlandaise s'inscrit de

6. La Valachie est, au 15^e siècle, une principauté située sur le cours inférieur du Danube et, de nos jours, une région de la Roumanie.

ce fait dans une démarche à la fois muséale, politique et touristique. À elle seule, la double appellation de « Centre d'Artas pour le Patrimoine Populaire Palestinien » pour les locaux et, plus neutre, de « Centre Folklorique d'Artas » pour les étrangers, traduit cette vocation plurielle. Destiné à transformer le village en attraction, le Centre est en même temps le symbole du mouvement folkloriste nationaliste auquel adhère son créateur. Entre sélections et omissions de certains aspects de l'œuvre de Granqvist, le Centre procède à une transmission et à une réécriture de l'histoire palestinienne. Il s'agit d'offrir des symboles unificateurs au nationalisme palestinien et d'élaborer une réponse aux discours et aux images véhiculés par les acteurs israéliens du tourisme : l'image du paysan palestinien travaillant son champ est promue pour contrer celle du pionnier sioniste faisant fleurir le désert.

Sans frontières ?

Les anthropologues ont souvent insisté, à la suite des travaux de Fredrik Barth (1969), sur l'importance des « frontières », géographiques et culturelles : c'est dans les périphéries, les marges, et non au centre d'une société que son identité est la plus à même d'évoluer. C'est là que se négocie le rapport à l'Autre et à soi, que se dosent des degrés d'ouverture et que s'affirment des mouvements identitaires. Quel rôle joue ici le tourisme ? Participe-t-il d'une pacification des relations internationales, comme le soutient Adrian Franklin, ou est-il au contraire intrinsèquement porteur et générateur de violence, qu'elle soit économique, physique ou symbolique ? Les deux articles de David Goeury et Sébastien Roux apportent des réponses nuancées qui, si elles tendent plutôt à accréditer l'idée d'une pacification des relations à l'autre et d'une ouverture croissante des frontières, soulignent aussi la fragilité du processus et sa réversibilité.

Un des deux seuls points de passage terrestre entre l'Inde et le Pakistan, Wagah Border est un toponyme qui évoque, pour les citoyens des deux pays, un lieu important de la « géographie mentale nationale ». Issue de la partition de 1947 à la suite d'émeutes et de massacres de grande ampleur entre Hindous et Musulmans, cette frontière reste une zone de conflits constants. À Wagah, elle est fermée chaque soir par les deux forces de sécurité, indienne et pakistanaise, qui sonnent la retraite et descendent simultanément les deux drapeaux. Les gestes guerriers qui accompagnent cette cérémonie en font le symbole d'une violence qui semble perpétuelle entre les deux États. Pourtant, depuis 2000, les deux pays ont fait de la frontière une destination touristique et le lieu d'une grande communion nationaliste. À travers une description du rituel de fermeture quotidienne de la frontière, David Goeury montre que la mise en scène de l'antagonisme entre les deux nations favorise inversement une certaine normalisation de leurs relations et devient progressivement la première étape d'un projet plus vaste de réconciliation et d'ouverture (encouragé notamment par l'élite sikh du Punjab). Pour autant, ce processus reste étroitement lié à l'affirmation de valeurs nationales antagonistes. De façon significative, tandis que la mise en tourisme du simulacre guerrier fait l'objet d'un accord tacite entre les deux États, les manifestations pour la paix organisées régulièrement de part et d'autre de la frontière par des ONG sont, elles, considérées comme des menaces et découragées par les forces de l'ordre.

Promesse d'ouverture, de paix ou de bénéfices économiques, le flux touristique reste toutefois potentiellement une menace pour les États, pour au moins deux raisons. Premièrement, il y a toujours un risque que les touristes ne suivent pas les voies (géographiques, symboliques) qu'entendent leur faire emprunter les États. Dans le

cas évoqué précédemment, c'est l'exemple des touristes indiens ou pakistanais qui viennent manifester pour la paix au lieu (ou en plus) d'assister au rituel de fermeture de la frontière. Deuxièmement, et plus fondamentalement, le touriste reste un intrus : s'il est opportunité de rencontre et d'ouverture, il peut aussi inversement devenir un bouc émissaire et le vecteur d'une crispation voire d'un repli identitaire. C'est ce qu'illustre le texte de Sébastien Roux, qui montre comment l'industrie touristique thaïlandaise s'est retrouvée au cœur d'une polémique au moment de l'apparition et de l'augmentation des cas de sida dans le pays. Une représentation racialisée du virus comme « maladie de blancs », associée à la présence d'un important tourisme sexuel, a contribué à mettre directement en cause le visiteur occidental dans le développement de l'épidémie. Parce qu'il était considéré comme une maladie « importée » par les *farang* (Occidentaux), le sida a suscité des propositions de contrôle strict des frontières, voire des mesures coercitives et répressives. Ces dernières n'ont jamais véritablement été mises en œuvre à l'encontre des touristes étrangers (contrairement à d'autres pays : la Chine et les Etats-Unis notamment) mais elles ont par contre inspiré les mesures prises à l'échelle nationale à l'encontre de certaines catégories de la population thaïlandaise (prostituées, drogués, prisonniers). Cette « tentation disciplinaire » face à la maladie n'a finalement pas résisté à l'importance de l'industrie touristique pour l'économie nationale. Dès le début des années 1990, le gouvernement thaïlandais a préféré opter pour des mesures de prévention et de responsabilisation des comportements individuels, et adopter une politique relativement libérale de gestion des flux migratoires. De ce point de vue, si le tourisme a temporairement servi de vecteur à une crispation identitaire, son influence contraignante s'est également exercée en faveur du maintien de l'ouverture des frontières.

Quels touristes ?

La question en recouvre deux autres, intimement liées. Premièrement, comment tracer les contours du comportement touristique ? Comment identifier les différences et les intersections avec d'autres formes de mobilité ou de « curiosité », par exemple avec celle de l'ethnologue travaillant sur un « terrain » touristique, ou profitant d'un colloque pour voyager, ou encore avec la mobilité du travailleur migrant revenant sur son lieu d'origine ? Deuxièmement, comment aborder la pluralité des pratiques et désormais des origines culturelles des touristes dans le monde : s'agit-il simplement, comme l'ont affirmé plusieurs anthropologues et sociologues, de la diffusion à l'échelle mondiale d'un modèle occidental de modernité ?

Qui est touriste ?

Les deux premiers textes de cette partie développent une réflexion sur l'ambiguïté de la notion de touriste. Valerio Simoni et Scott McCabe interrogent le positionnement de l'ethnologue sur un terrain touristique en prenant deux exemples très différents et à plusieurs égards opposés : les pratiques des *jinetero* (« accompagnateurs »)⁷ à Cuba d'une part, et un festival centré autour d'un match de football géant dans une petite ville anglaise

7. À Cuba, le terme *jinetismo* désigne un ensemble d'activités économiques illégales relatives au tourisme (dont la prostitution), où dominant la débrouille et l'arnaque. Les *jinetero* (littéralement « cavaliers ») qui suivent les touristes se livrent à différents trafics.

d'autre part. Dans les deux contextes, l'ethnologue se trouve assigné à une position qu'il ressent comme handicapante et dont il essaie de s'extraire : celle d'un touriste, ou au moins d'un « *passer by* » dans l'exemple cubain; celui d'un local, d'un « *insider* » (membre de l'équipe, de la famille, du quartier, de la ville) dans l'exemple anglais. Dans un cas, le chercheur est prisonnier de l'image du touriste et ne peut jamais tout à fait s'en détacher (sa recherche étant même considérée par les *jineterismo* comme une modalité possible de la quête touristique), dans l'autre il essaie de créer des « barrières » pour des entretiens plus formels. Les deux exemples montrent que les lieux ou les événements touristiques ne sont pas dénués de contrainte pour l'ethnologue et qu'ils l'amènent au contraire à s'interroger sur l'ambiguïté de son statut et à trouver de nouveaux « positionnements interstitiels ». Si l'ethnologue a dû par le passé – et ceci vaut encore aujourd'hui dans certains contextes – se différencier à la fois de l'administrateur, du missionnaire et du colon pour avoir accès au point de vue de ceux qu'il étudie, il se trouve aussi placé aujourd'hui vis-à-vis des populations locales en miroir d'une nouvelle catégorie d'étrangers, dont la quête n'est pas toujours totalement indépendante de la sienne et qui peut même servir de référence aux locaux pour comprendre sa démarche.

La réticence des anthropologues à prendre en compte la présence touristique comme donnée de terrain a fait l'objet de diverses analyses qui, suivant celles de Crick (1995), se sont attachées à démontrer la porosité des frontières entre les deux catégories. Dans un texte récent introduisant un numéro d'*Anthropologie et sociétés* consacré au tourisme, Jean Michaud et Michel Picard ont souligné « *le risque de confusion, de brouillage des rôles et des attributs, qui justifie en dernière instance que beaucoup d'ethnologues dénie la présence des touristes sur leur terrain* » (2001). L'angoisse d'être confondu avec ces derniers explique ce rejet ainsi que la faiblesse de la dimension réflexive dans l'anthropologie du tourisme. Pourtant, les populations étudiées traditionnellement par les anthropologues sont désormais engagées dans un processus de marchandisation visant à les transformer en objet de désir qui a d'importantes implications pour les conditions de l'enquête et le type de savoir produit par l'anthropologie. Comme l'expliquent Valerio Simoni and Scott McCabe, l'ethnologue n'est pas forcément différencié du touriste sur son terrain, le savoir ethnographique peut être utilisé et par les touristes, et par ceux qui en sont les hôtes. L'article de Falestin Naïli illustre parfaitement la récupération des écrits anthropologiques à des fins touristiques. En rédigeant ses monographies, l'anthropologue Hilma Granqvist ne présageait probablement pas l'importante place que son travail occuperait à Artas. Cette récupération de l'œuvre anthropologique, de plus en plus fréquente, ne s'effectue pas toujours *a posteriori*. Corinne Cauvin Verner raconte par exemple que ses enquêtes ont conduit ses enquêtés à modifier leur travail d'interprétation de leur culture. Pressentant que ce qui était digne d'intérêt pour un ethnologue pourrait l'être tout autant pour un touriste, ils lui demandèrent de rédiger de courtes présentations des Nawjî à afficher sur la vitrine de leur agence et à diffuser dans les brochures. Aussi, si l'ethnologue et le touriste sont liés par des pratiques, des regards, ou encore des interprétations parfois communes, leurs relations ambiguës ne sont pas sans incidence sur l'enquête et la construction de l'objet anthropologique.

C'est à une autre forme d'ambiguïté qu'est consacré le texte de Lauren Wagner : celle du « tourisme diasporique » c'est-à-dire les voyages effectués par les populations immigrées en Occident lorsqu'elles visitent leurs proches dans leur pays d'origine durant leurs vacances. Prenant l'exemple des Marocains vivant (et pour certains nés) en Europe, elle montre qu'ils ne peuvent jamais complètement s'identifier à ceux qu'ils

visitent, soit malgré eux, soit par choix. Dans le premier cas, leur tenue vestimentaire, leur connaissance partielle des lieux ou même leur langage corporel les distinguent aux yeux des locaux et les placent du côté des touristes. Mais ces « touristes diasporiques » peuvent aussi délibérément se comporter comme tels et tenter d'échapper ainsi aux contraintes des visites familiales pour privilégier le plaisir des vacances. Dans les deux cas, ils restent toujours autres chez eux (en Europe comme au Maroc) : leur migration (ou celle de leur parent) a placé la notion d'un « chez soi » sous le signe d'une étrangeté perpétuelle. Cette situation paradoxale les rapproche et les distingue tout à la fois des touristes occidentaux lorsqu'ils se rendent au Maroc. Ils partagent avec ces derniers un détachement et une méconnaissance relative du lieu visité, mais dans le même temps leur proximité culturelle donne à leur consommation du lieu un timbre différent de celui des touristes d'origine étrangère.

L'Autre touriste

Au-delà d'une réflexion sur les relations des populations diasporiques à leur territoire d'origine, le texte de Lauren Wagner invite également à s'interroger sur la façon dont l'identité culturelle d'un touriste influence sa perception et sa pratique des lieux. Cette idée, développée ici plus en détail par Noel Salazar et Tim Leicester à partir de l'exemple des touristes asiatiques, renvoie à un débat que l'anthropologie du tourisme a d'abord occulté mais qui resurgit depuis quelques années avec le développement du tourisme dans les pays non occidentaux.

Lorsqu'au début des années 1980, Dennison Nash (1981 : 461) ou Nelson Graburn (1983 : 9) insistaient sur la nécessité d'étudier les pratiques touristiques de populations non occidentales, ils défendaient une démarche véritablement anthropologique : penser l'unité d'un phénomène à travers la diversité de ses manifestations. Il aura cependant fallu attendre presque deux décennies et le développement d'un tourisme de masse au sein des populations non occidentales (asiatiques et sud-américaines notamment) pour que des travaux de terrain soient menés sur ce sujet. L'anthropologie du tourisme n'a pas été inactive durant cette période, bien au contraire, mais elle s'est focalisée essentiellement sur les touristes occidentaux ou sur l'histoire du tourisme en Occident. Les travaux menés notamment par Dean Mc Cannel, Jean-Didier Urbain ou encore John Urry, pour ne citer que les auteurs plus connus, insistent tous sur la rupture radicale introduite par le tourisme de masse, né avec l'émergence de la société industrielle et urbaine occidentale (plus précisément en Angleterre) à la fin du 19^e siècle. C'est là qu'est inventé le mot « touriste » – un acteur qui était auparavant amalgamé avec d'autres catégories de voyageurs –, et qu'est conceptualisé le personnage et ses pratiques. Puis, c'est là encore que se développe une véritable industrie du voyage organisé. La propagation de ce phénomène à de nouveaux pays tout au long du 20^e siècle doit dès lors être conçue, selon les termes de Jean-Didier Urbain, « (...) comme une résultante de l'urbanisation des sociétés et tout ce que cela sous-entend en termes de modes de production et de consommation. Comme une réaction anthropologique » (Doquet et Evrard 2008). De ce point de vue, l'étude des variations culturelles des pratiques touristiques, qui permet de comprendre comment de nouvelles cultures deviennent touristiques et développent leur propre rapport à l'étrange et à l'exotique, n'aurait alors finalement pour seul intérêt que de prolonger l'histoire du développement du tourisme occidental.

Il ne s'agit pas ici de contester l'importance historique des bouleversements survenus dans la deuxième moitié du 19^e siècle en Europe de l'Ouest avec l'invention du tourisme

« moderne ». De même, il semble difficile de remettre en question son influence et sa diffusion dans d'autres sociétés au cours du siècle passé. On peut cependant souligner ici au moins deux problèmes. En premier lieu, si le tourisme se développe partout sous l'effet de transformations sociales et culturelles similaires à celles observées en Occident (urbanisation, développement d'une « classe moyenne », démarche volontariste des États, propagation d'une culture de l'image notamment), celles-ci ne s'agencent ni de la même façon, ni la même vitesse, ni avec la même signification pour toutes les populations concernées. Il ne s'agit pas simplement de reconnaître l'existence d'un « filtre » culturel ou historique, mais aussi d'un « ancrage » avec des formes antérieures de mobilités et des cartes mentales spécifiques à la société concernée. L'article de Tim Leicester montre par exemple qu'en Chine, la tradition du tourisme lettré a directement servi à constituer un répertoire de sites et de pratiques touristiques désormais valorisés et promus par l'État. La notion de *mingsheng* ou « site pittoresque célèbre » dans le tourisme lettré chinois implique notamment la présence d'une nature aménagée et embellie par l'action humaine – une conception qui s'accorde assez mal avec le regard des touristes occidentaux en quête de paysages sauvages et préservés de l'action de l'homme. Dans les deux cas, romantisme et nostalgie constituent des ressorts de l'intérêt touristique, mais ils s'insèrent dans des grilles conceptuelles différentes. On voit donc bien ici qu'il serait vain de s'en tenir simplement à l'idée d'une exportation et d'une généralisation des comportements touristiques occidentaux. Contrairement à ce qu'écrit Erik Cohen (1994 : 12), les touristes non occidentaux n'intègrent pas des éléments de leur propre culture dans leur nouvelle pratique « occidentale » du voyage, ils intègrent le tourisme comment un nouvel élément de leur culture⁸.

À ne voir dans le tourisme non occidental qu'un « avatar tardif » de son équivalent européen ou nord-américain, on prend donc le risque de raccourcis simplificateurs et on décourage d'emblée toute enquête réelle sur ce sujet (ou du moins on en circonscrit et on en minorise l'intérêt). À cette myopie volontaire s'ajoute logiquement, deuxième critique, un déni plus ou moins conscient : celui d'une autonomie, sinon historique, du moins conceptuelle, des sociétés non occidentales dans leur adoption du tourisme de masse. À s'en tenir simplement à l'idée d'une diffusion du tourisme depuis l'Occident vers sa périphérie, on tend à rester prisonnier de la vieille dichotomie entre sociétés émettrices et sociétés d'accueil et de la question de l'impact des premières sur les secondes. Ce faisant, on néglige l'effet à rebours qui accompagne aujourd'hui le développement du tourisme de masse hors de l'Occident. Lorsqu'un pays devient à son tour exportateur de touristes, ceux-ci contribuent à changer l'industrie touristique par leur consommation spécifique des lieux ou les modalités « structurelles » de leurs pratiques (durée légale de leurs vacances, types et ampleur de leurs dépenses). Noel Salazar montre bien dans sa contribution comment les guides de Yogyakarta en Indonésie doivent s'adapter aux attentes de leurs nouveaux clients asiatiques. Tim Leicester souligne lui le « retournement du regard touristique » lorsque les touristes occidentaux deviennent à leur tour objets de curiosité de la part des touristes chinois dans la localité de Yangshuo.

Ces deux textes font écho à d'autres travaux menés en Asie, qui ont souligné les formes de tensions, latentes ou réelles entre tourisme domestique et tourisme international

8. Victor Alneng (2002 : 126-127) critique avec virulence les propos d'Erik Cohen (1996, 2001).

sur un même site dans les pays non occidentaux (Edensor 2001 pour le Taj Mahal; Evrard et Leepreecha 2008 pour les villages de minorités ethniques en Thaïlande) ou bien ont montré comment des lieux touristiques célèbres sont réorganisés en profondeur suite à l'arrivée de nouvelles catégories de touristes (Tim Winter 2008 pour le temple d'Angkor) pour correspondre à leurs attentes et leurs représentations (voir également le travail de Pál Nyíri (2005) sur les touristes chinois). Le développement du tourisme dans des sociétés non occidentales génère ainsi une sorte « d'orientalisme à rebours » dans lequel il s'agit moins de « devenir autre temporairement » selon l'expression de Jean-Didier Urbain (Doquet et Evrard 2008) que de procéder à une vérification de sa propre carte mentale. Il ne s'agit pas à proprement parler d'une différence vis-à-vis du tourisme occidental (qui procède lui aussi de la sorte), mais plutôt d'un jeu d'asymétries et de regards croisés. En reconnaître la complexité et la rendre intelligible suppose de ne pas se contenter d'y voir simplement la diffusion planétaire d'une modernité occidentale.

Références citées

- ALNENG, Victor, 2002. "The Modern does not Cater for Natives. Travel Ethnography and the Convention of Form", *Tourist Studies*, 2 (2), pp. 119-142.
- BARTH, Fredrik (ed.), 1969. *Ethnic Groups and Boundaries: The Social Organization of Culture Difference*. Oslo: Universitetsforlaget.
- BAUMAN, Zygmunt, 1996. "From Pilgrim to Tourist – or a Short History of Identity", in Stuart Hall and Paul du Gay (eds), *Questions of Cultural Identity*, pp. 18-36. London: Sage publications.
- BUTCHER, Jim, 2006. "Cultural Politics, Cultural Policy and Cultural Tourism", in Melanie K. Smith and Mike Robinson (eds), *Cultural Tourism in a Changing World. Politics, Participation and (Re)presentation*, pp. 21-35. Clevedon, Buffalo, Toronto: Channel View Publications.
- CRICK, Malcolm, 1995. "The Anthropologist as Tourist: An Identity in Question", in Marie-Françoise Lanfant, John B. Allcock and Edward M. Bruner, *International Tourism. Identity and Change*, pp. 205-224. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage publications.
- COHEN, Erik,
1994. "Contemporary Tourism–Trend and Challenges: Sustainable Authenticity or Contrived Post-modernity?" in Richard Butler and Douglas Pearce (eds), *Change in tourism: People, Places, Processes*, pp. 12-29. London: Routledge.
1996. "Touting Tourists in Thailand: Tourist-oriented Crime and Social Structure" in Abraham Pizam and Yoel Mansfeld (eds), *Tourism, Crime and International Security Issues*, 77-90, John Wiley & Sons Ltd.
2001. *Thai Tourism: Hill Tribes, Islands and Open-ended Prostitution*, (2nd edition). Bangkok: White Lotus.
- DOQUET, Anne et Sara LE MÉNESTREL (éds), 2006. *Autrepart*, 40, Tourisme culturel, réseaux et recompositions sociales.
- DOQUET, Anne et Olivier EVRARD, 2008. "Tourism beyond the Grave: An Interview with Jean-Didier Urbain", *Tourist Studies*, 9 (2).
- EDENSOR, Tim, 2001. "Performing Tourism, Staging Tourism. (Re)producing Space and Practice", *Tourist Studies*, 1 (1), pp. 59-81.
- EVARD, Olivier, 2006. « L'exotique et le domestique. Touristes du Sud : réflexions depuis la Thaïlande », *Autrepart*, 40, pp. 151-167.
- EVARD, Olivier et Prasit LEEPREECHA, 2008. "Staging the Nation, Exploring the Margins: Domestic Tourism and its Political Implications in Northern Thailand" in Tim Winter and Peggy Teo and T.C. Chang (eds), *Asia on Tour: Exploring the Rise of Asian tourism*, pp. 239-253. London: Routledge.

- FRANKLIN, Adrian,
 2003. *Tourism. An Introduction*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage publications.
 2004. "Tourism as an Ordering: Towards a New Ontology of Tourism", *Tourist Studies*, 4 (3), pp. 277-301.
- FRIEDMAN, Jonathan, 2000. « Des racines et (dé)routes. Tropes pour trekkers », *L'Homme*, 156, pp. 187-206.
- GRABURN, Nelson, 1983. "Anthropology of Tourism", *Annals of Tourism Research*, 10 (9), pp. 9-34.
- LANFANT, Marie-Françoise, J. B. ALLCOCK et E. M. BRUNER (eds), 1995. *International Tourism. Identity and Change*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage publications.
- LANFANT, Marie-Françoise, 1995. "International Tourism, Internationalization and the Challenge to Identity", in Marie-Françoise Lanfant, J. B. Allcock et E. M. Bruner, *International Tourism. Identity and Change*, pp. 24-43. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage publications.
- LATOUR, Bruno, 1991. *Nous n'avons jamais été modernes*. Paris : La découverte.
- MITCHELL, Timothy, 1991. *Colonising Egypt*. Berkeley: University of California Press.
- MAC CANNEL, Dean, 1976. *The Tourist. A New Theory of The Leisure Class*. New York: Schocken.
- NASH, Dennison, 1981. "Tourism as an Anthropological Subject", *Current Anthropology*, 22, pp. 461-481.
- NYIRI, Pál, 2005. "Scenic Spot Europe: Chinese Travellers on the Western Periphery", *EspacesTemps.net*, Textuel, 25.03.2005, <http://espacestemp.net/document1224.html>
- PHIPPS, Peter, 1999. "Tourists, Terrorists: Death and Value" in Raminder Kaur and John Hutnyk (eds), *Travel Worlds. Journeys in Contemporary Cultural Politics*, pp. 74-93. London and New York: Zed Books.
- PICARD, Michel, 1992. *Bali. Tourisme culturel et culture touristique*. Paris : L'Harmattan.
- PICARD, Michel et Jean MICHAUD (éds), 2001. *Anthropologie et Sociétés*, 25 (2), Tourisme et sociétés locales.
- RAUCH, André (éd.), 2002. *Ethnologie Française*, 91, Touriste, autochtone : Qui est l'étranger ?
- REAU, Bertrand (éd.), 2007. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 170, Nouvelles (?) frontières du tourisme.
- SELWIN, Tom (ed.), 1996. *The Tourist Image. Myths and Myth Making in Tourism*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- SMITH, Melanie K. et Mike ROBINSON (eds), 2006. *Cultural Tourism in a Changing World. Politics, Participation and (Re)presentation*. Clevedon, Buffalo, Toronto: Channel View Publications.
- SMITH, Valene L., 1989. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- URBAIN, Jean-Didier, 2002 [1991] . *L'idiot du voyage. Histoires de touristes*. Paris : Payot et Rivages.
- URRY, John,
 1990. *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage Publications.
 2004. "Death in Venice" in Mimi Sheller and John Urry (eds), *Tourism Mobilities. Places to Play, Places in Play*, pp. 204-215. London, New York: Routledge.
- WINTER, Tim, Peggy TEO and T.C. CHANG (eds), 2008. *Asia on Tour: Exploring the Rise of Asian Tourism*. London: Routledge.
- WOOD, Robert E., 1998. "Tourist Ethnicity: A Brief Itinerary", *Ethnic and Racial Studies*, 21 (2), pp. 218-241.

1. Un nouvel ordonnancement ?

The tourism ordering

Taking tourism more seriously as a globalising ordering

Adrian FRANKLIN

Résumé : *Cet article commence par clarifier ce que j'entends par « la mise en ordre touristique ». Pendant des années, la théorie du tourisme a été inhibée par une théorisation structuraliste étroite et par la notion de « lieux marginaux ». En conséquence, le tourisme était considéré comme socialement et spatialement marginal par rapport aux activités principales du monde contemporain, et comme un problème. Ses effets plus larges ne furent donc jamais théorisés de façon adéquate. En recourant à un mélange d'idées de Foucault, Latour, Law, Deleuze et Guattari, ainsi qu'à ceux qui plaident pour une sociologie des mises en ordre, la « mise en ordre touristique » cherche non seulement à théoriser la place du tourisme dans les sociétés contemporaines, mais aussi à démontrer l'impact puissant de celui-ci en tant que principe de mise en ordre de la modernité. Sans chercher une rédemption absolue pour le tourisme, cet article cherchera finalement à identifier quelques-uns des effets de mise en ordre les plus positifs et intéressants qu'a eus ce dernier.*

Mots-clés : tourisme, ordonnancement, globalisation, modernité.

Abstract: *This paper will start by clarifying what I mean by the tourism ordering. For many years tourism theory was inhibited by narrow structuralist theorising and the notion of 'places on the margin'. Consequently tourism was considered both socially and spatially marginal to the main business of contemporary life and most often a problem in both senses. As a result, its wider effects were never adequately theorised. Using a mix of ideas from Foucault, Latour, Law, Deleuze and Guattari as well as those who advocate a sociology of orderings, the tourism ordering seeks not only to theorise the place of tourism in contemporary societies but to demonstrate its rather potent impact as an ordering of modernity. While not seeking absolute redemption for tourism this paper will seek to identify some of the more positive and interesting 'ordering effects' this ordering has had.*

Key words: tourism, ordering, globalization, modernity.

Introduction

This paper will start by clarifying what I mean by the tourism ordering. For many years tourism theory was inhibited by narrow structuralist theorising and the notion of ‘places on the margin’. Consequently tourism was considered both socially and spatially marginal to the main business of contemporary life and most often a problem in both senses. As a result, its wider effects were never adequately theorised. This paper begins by setting out the key elements of tourism seen as an ordering. It borrows ideas from a range of scholars including Foucault, Latour and Deleuze and Guatarri and is indebted to those sociologists (Crook 1999; Kendall and Wickham 2001; Hunt and Wickham 1994) who have identified a sociology of orderings as a means of avoiding the problem of ‘social order’. Through the notion of orderings these authors retain the possibility of large scale ordering attempts and orderings that, once unleashed on the world, enact repetitions of themselves and spatial extension while at the same time converging and clashing with other orderings. The sociology of orderings recognises the performance of innovation and management and also the scale and heterogeneous nature of agency in orderings. In this paper the work of two men, John Byng and Thomas Cook, illustrate how their interventions in the reordering of travel and tourism had enormous ramifications. However, the sociology of orderings also permits us to see tourism as a network of performance and relational materialism and to lift our eyes from the *tourist location*, where the bulk of tourism research takes place. This wider view enables us to see a range of *ordering effects* that are often obscured by micro studies of the sociology of hosts and guests. The paper suggests that we take seriously at least six ordering effects in future research. These are aestheticisation, consumerism, translation, place-making, touristification, and cosmopolitanism. The scope and promise of each of these are outlined in the final section of the paper.

Global tourism as an ordering

In a previous paper (Franklin 2004) the sociology of ordering was identified as being of potential great interest to theorists of tourism, many of whom have noted its characteristically heterogeneous mix of objects, agency(ies), social networks, non-linear histories, together with its spatially distributed nature and its filamentous, prehensile extension across time and space (Franklin 2003; Franklin and Crang 2001; Johannesson 2005b; Law and Hetherington 1996)¹. While tourism is seen by many anthropologists as a major reorganizing power in the world, hugely disruptive and destructive of places and cultures (it has been likened to a blight, see for example Young 1973; Wenkam 1975; Pi-Sunyer 1982), it is at the same time regarded by many other anthropologists as a phenomenon scarcely significant enough to merit serious academic attention (see Doquet and Evrard’s 2008 interview with Urbain for a fascinating exposition of this in France). In the *sociology* of tourism there is an equally paradoxical and contrary history of thought. On the one hand tourism was regarded by many as a shallow, vacuous and insignificant activity, on the margins of the more interesting and important dimensions of social life which focused on work rather than leisure (see Franklin 2008 for a summary

1. Some paragraphs of the next sections are borrowed from already published texts (see Franklin 2004, 2007).

of this literature) while others, including Scott Lash and John Urry (1994) and Zygmunt Bauman (1998, 2000; Franklin 2003b) see it as both structurally and symbolically central. For example, Lash and Urry (1994: 261-4) identified Thomas Cook, an early innovator of modern tourism, as an unrecognized founder of modern life itself: “there is some justification for suggesting that twentieth-century organized capitalism might be better described as ‘Cookism’ rather than ‘Fordism’”. Not only did he create connectivity across the world that others had never imagined, let alone solved technically, but he had also in passing, created such things as credit cards, advanced ticketing; an international travel system, and the first around-the-world ticket. As Brendan (1991: 3) argues, his achievement of mass movement “dwarfs the great migrations of the past and sustains the largest industry in the world”. For contemporary sociology so interested in globalization, a man who had so single-handedly done much to shrink the world, as well as produce the relentlessly expanding socio-technical network, has at least to be taken seriously. However, we often miss the *distributed* nature of this contribution (which I am going to call an ‘ordering’) and particularly its in-built propensity to enroll more people, places and organizations into its network. Instead, as Franklin and Crang (2001) argued, tourist studies have produced a proliferation of research on tourist sites and destinations, leading to the widely held view that tourism is associated with the social margins (Shields 1991).

Bauman on the other hand has recently noted on several occasions (Bauman 1998; Franklin 2003b) the way in which tourism has become an important metaphor for contemporary social life itself since to be a tourist (to be mobile, travelled, connected and without overriding ties and commitments to a locale) is how a successful life is now measured. Conversely of course to be mired in place, to be tied or fixed to place is often how poverty or failure is frequently expressed. But for Bauman it is even more than this since tourism spawned what he calls the ‘tourism syndrome’ (see Franklin 2003a) in which the lack of connection and commitment that tourists have to the places they visit is extended into the places they live at other times. In other words, tourism for Bauman perfectly captures the nature of contemporary social bonds which, like the tourist’s itinerary and visit, should be fleeting, light and easy, until further notice; an arrangement easily made and easily broken.

In a previous book (Franklin 2003) and paper (Franklin 2004), I have also made the case against seeing modern tourism as merely a new manifestation of an essentially universal form of behaviour, as so many structuralist thinkers tended to do (see for example, MacCannel 1976; Urry 1991), which included an assumption that modern travel and tourism and its antecedents were widely regarded as *desirable*. However it was very clearly *not* the mass extension of ‘The Grand Tour’ or ‘the spa’ since these were very specifically associated with a social elite whose distinctively mobile culture set them apart from a largely sedentary popular culture, particularly in the United Kingdom. The tradition of Anglo-American tourism theory has always assumed the pleasurable and popularity of tourism through its association with holidays, which had a long antecedence in Christian Europe and before. However, as I have previously shown, one of the most important characteristics of these holy days (revels, festivals, carnivals and so on), and the carnivalesque form they took, was their focus on a local community, village, district, valley or region. They were *not* based on travel to new places beyond the everyday, but rather the opposite, a convergence on the ritual *centre* of a locale. Equally, in the British

and American case, the tradition of pilgrimage was largely terminated with the decline of Catholicism in the 16th century and the arrival of Protestantism.

When Thomas Cook had the radically new idea to extend affordable tourism to most people (in 1841), there was very little traveling culture to build on, much less ‘traditions of tourism’. While there were indeed many itinerant and migratory workers and travelling occupations, the idea of travel *itself* as a form of pleasure barely existed (see also Clifford 1992 for a discussion of travel among non-industrial cultures). Here the structuralist masking of history obscured the fact that the desire for travel had to be *created*, that in fact even when affordable rail transport was in the grasp of most people, they had to be *persuaded*, often using novel forms of marketing and inducement, just in order to make them to see the point of it. While Thomas Cook’s travel empire became global in scope during his lifetime, he viewed his main task, particularly in the early days as predominantly one of *persuasion* (Withey 1997). To a largely non-travelling public not used to the idea of tourism or even of the aesthetics of tourist objects, the idea seemed to be patently absurd.

Cook’s experience was mirrored by John Byng, another eccentric who had the strange idea that it might be possible to be a tourist in Britain. During the late eighteenth century when tourism was universally associated with the Grand Tour on continental Europe, Byng began a series of ‘rides’ around Britain during periods of annual leave from his government post in London (Adamson 1996).

He found it almost impossible to obtain information about most regions and districts in advance of travel and often had to study works of art in London galleries to discover landmarks and buildings worthy of visiting. He also found a profound lack of information and interest in the idea of tourism among local people. Typically, local people would be unable to suggest anything in their locality that was worth seeing or travelling to see and even those who were most associated with travel (inn keepers, hostlers etc) were baffled by his requests for information.

When Byng published the accounts of his rides, he made much of the contrast between the presence of so much to interest a tourist in most localities and local indifference to it, but he also noted that few people seemed to know what lay 25 miles beyond their home.

Whereas the absence of a touristic culture in the United Kingdom is surprising, its absence in France, through which the Grand Tour transited, would be remarkable. According to the French tourism sociologist Jean-Didier Urbain, however, in France tourism was for a very long time widely considered to be an English cultural phenomenon (Doquet and Evrard, forthcoming 2008). According to the *Larousse*, the French Dictionary, ‘touriste’ was an acceptable synonym for ‘English’ until around 1890. In nineteenth century France, a travelling and touristic mentality simply did not exist:

In Europe, the specificity of the tourist was not recognised until the end of the eighteenth century. No earlier trace can be found anywhere. It is worth recalling Gustave Flaubert’s anecdote about the tourist trip he took to Brittany with his friend Maxime Ducamp in 1847 [...]. On arriving in one village, they found it impossible to convince the inhabitants that they were travelling simply for pleasure. They were taken for spies, surveyors, cartographers, government road inspectors or controllers checking on the work of lighthouse-keepers. In the end, they had to invent an official purpose for their visit, a function, a utility, to cease being incomprehensible, and therefore suspicious, in the eyes of the villagers (Doquet and Evrard 2008: 37).

The work of people such as Thomas Cook and John Byng together with the texts, organisations and technologies they assembled to make tourism possible, pleasurable and *desirable* have therefore to be seen as major cultural interventions rather than simply extending, democratizing or adding to something that was already there, but the work they did is very revealing since it was very world changing.

While they themselves were formed by the conditions of their lives, it seems that the nature of their dream and imagination and particularly the way they pursued them in writing/publishing and establishing a new form of travel business were important to try to understand. For what they both did was create the *idea* of tourism where none had existed before; the *objects* of tourism, which did not have this *quality* as things to be visited before, and the *means* of visitation which had not been widely considered before (British tourism on horseback and tourism by train, tourist maps, guides etc). How important were these dreams, theoretically? How do we theorise the role played by technologies (texts, horse riding, trains, maps and guides)? And what is the ontological nature of the interlinked 'thing' they unleashed on the world that became tourism? One of the problems of tourism theory is that we do not have ready answers to these questions although they are being thought about.

Of course, tourism, as the industry defines it, includes a lot of activities that Thomas Cook would not approve of or even recognize as tourism and there needs to be more clarification of this generally in the literature. How can we reconcile a beach holiday with a literary tour of Shakespeare country with an adrenalin tour of Norwegian fjords? Even though these seem radically different activities Morrell's (1998) diary of an early Cook's tours demonstrates that muscular, intellectual, ludic and aesthetic sensibilities were included on a typical guided tour to Switzerland. It also illustrates Cook's (and later tourism developments into the twentieth and twenty-first centuries) view that while nature, exercise, history, art and culture were always likely to be staples, the point about tourism was to experience other worlds and places which meant that from its earliest days, new and site specific activities were added to itineraries. It was also very clearly the case that tourist companies recognized a diversity of consumer interests and from the very earliest days a choice of side-trips were offered from the main destination hubs. In this way, tourism is inevitably very diverse and tourism seen from the perspective of its historic developments of networks, connections, choices and destinations embodies this diversity.

They also created a touristic stance to the world, a new way of looking at the world and at each other that had not existed beyond a small social elite, largely from one country. This tourist stance and its repertoires of performance have been increasingly imported from the resort, the pleasure beach and National museum into the everyday, and have equipped us to make sense of a globalizing world around us.

We can therefore conjecture that tourism cannot be merely located/associated with the tourism resort or destination because its wider impact is far more significant than its manifestation and effect in any one place. We can say that its implications for connecting the world, extending technologies and desires and inculcating new habits, cultural repertoires, fragmenting local social bonds (strong ties) while at the same time widening our network of global (weak) ties (see Granovetter 1973) and shifting our (most Western people's) stance to the world from 'local' to 'tourist'. While these effects are profound it is not at all easy to conceptualize tourism.

Far from being conceivable as a form of ludic or ritualistic *behaviour* reducible to one feature of modernity or another, as it has been the case since tourism was first analysed in the 1960s (see Franklin 2008), we should perhaps see it as a more active social force, alongside other socio-technical structuring processes, such as nationalism, consumerism or even capitalism. To do so requires a very different approach that is capable of handling its simultaneous activities at a number of scales as well as its great diversity of agency, both human and non-human; an approach that is capable of handling what Law has called a ‘relational materialism’. The emergent sociology of ordering offers an interesting means of understanding tourism as a form of relational materialism

The sociology of ordering

The sociology of ordering places much emphasis on both organization and management (Law 1994; Crook 1999; Kendall and Wickham 2001). Orderings are, very loosely speaking, attempts to manage or control. These authors suggest we take more seriously *attempts to order* (both those that succeed as well as those that fail) as a way of comprehending the presence and persistence (and failure) of orderings as opposed to order itself; order seen as a self standing presence emanating from often hidden structural sources.

To the Latourian and Deleuzian emphasis on network or rhizome, or at least its posthumanist insistence on material heterogeneity, relationality, and the agency of non-humans, the Foucauldian element of governance is grafted. Ordering is like governance: ‘ordering is to governance as government is to order’ (Crook 1999) and while order is an impossibility, a never-to-be-attained state in the same way that government always fails, attempts at governance, and ordering attempts, are the very stuff of the world, the way the world operates as a process of becoming. Freed from the need to operate inside the restraints of abstractions such as *society*, *social order*, *social structure etc*, this approach suggests we concentrate on what people and things, people and things together, actually *do*.

However, the sociology of orderings does not privilege attention only to human interventions in the world and incorporates the radical decentredness of Latour’s (1993) insistence on a symmetry of attention to both human and non-human forms of agency. It is interested in other words in a posthumanist ontology, one that does not posit a world of “humans among themselves” (Pickering 1995).

Although humans makes interventions in the world, and make *ordering attempts*, they always do so in a world in which other orderings are already circulating. While many of these will have been initiated by human agency, all such attempts do so must be in association with already-active constellations of technologies, texts, techniques and other forms of non-human agency. Orderings “are never simply a social matter...but rather a materially heterogenous set of arrangements and processes implicated in and including people to be sure, but also including and producing documents, codes, texts, architectures and physical devices” (Law 2003: 1).

The spatial scales of orderings are often identifiable and limited, ranging from the domestic and personal to global in scope, however their spatial frame is never given in their conception since ordering attempts have a life or biography of their own that cannot be known in advance of their original intention. They enter into a world where they ‘meet’ and engage with other orderings in unintended circumstances, and in manners of interaction that are hard to predict let alone anticipate. Orderings are thus capable of

mutation and multiplication, rather like viruses, but they are also capable of becoming something very different because they can add to other orderings as others can be folded into them creating very different scales, affectivity and impact.

Ordering then can be of any magnitude and certainly every individual is engaged in ordering activities, from simple ordering of the domestic material objects around them to ordering their movement through space. All organizations, by definition make attempts to order, some larger than others. As Kendall and Wickham (2001) say, ordering is everywhere. And these various ordering attempts or programs once released into the world have a history of their own as they interact with other orderings, especially *antiprograms*. Some might enable them to change, maybe to expand their power, range or effects; others might set limitations or eliminate them altogether. And of course, since orderings are themselves objects they can be constituted themselves 'by being addressed by an ordering practice' (Kendall and Wickham 2001).

Some ordering attempts have deliberately sought to bring the idea of an exclusive *social order*. Most of these fail early in their biography and only very rarely do they realize any temporal continuity and even then, rarely in the manner originally conceived. A variety of modern blue prints take this form, those of Garibaldi and Bismarck as nation builders, that of Hitler as builder of national-socialism and that of Lenin and Stalin as builders of communism; those of Hausmann, Howard and Le Corbusier in forms of architecture and city, and so on. However, although most ordering attempts are of a much lower order and magnitude they may, in modified forms have much longer and more profound impacts (e.g. the romantic landscape painting, radio, the internet).

At one level all human projects attempt to manage and control people and things such as hydroelectric systems, banking systems, management systems, the Internet, textual technologies. Law's paper on the machinic pleasures of aircraft travel and Bennett's work on the centrality of technology for the 'Blackpool experience' (Bennett 1983), demonstrates that tourism cannot be a purely social or business activity, or at least its social nature also articulates necessarily and in complex ways with non-human objects, systems, machines, bureaucratic processes, times, timetables, sites, photographs, tents, flows, desires, visitors, businesses, locals, etc. in a complex materially heterogeneous assemblage (Haldrup *et al* 2006, have recently underlined the materiality of tourism).

Critically, many ordering attempts have blueprint-like beginnings, but as *orderings* unleashed on the world they persist in time and space and they have a more unbounded and open-ended nature: they may not be confined to their intended object and they may not continue in the form initially conceived having a range of effects intended and otherwise. It is an ontology of unintended consequences, failure, unforeseen agency and promiscuous enrolment. Orderings are pure process. Law and Hetherington argue that "global space" for example "is a material semiotic effect. It has to be made" (Law and Hetherington 1999). I would argue that tourism was an important ordering of global space.

The sociology of ordering was first identified in John Law's *Organizing Modernity* (1994), which identified *narratives* of the world at their heart: 'they tell us what used to be or what ought to happen. Here there are ordering concerns, procedures, methods or logics, dreams of ordering perhaps, nothing more. Certainly they are not 'pools of total order' (Law 1994: 9).

While important, these narratives can only find expression through performance, "embodied in a concrete, non-verbal manner in the network of relations...I'm saying, then, that they are imputable ordering arrangements, expressions, suggestions, possibilities

or resources... [O]rdering involves strategies that are not always explicitly framed or worked strategies, but, like Foucault's discourses are 'forms of strategic arranging that are intentional but do not necessarily have a subject' (Law 1994: 21).

The application of this approach to tourism studies can be readily appreciated, and this framework offers a very useful way of reinterpreting modern tourism as a process of 'becoming connected' but also a way of being in and of the world. It allows us to theorise the role of early innovators, such as John Byng and Thomas Cook, as well as the dreams they realized. Tourism begins to seem less like 'behaviour' confined to distinctive 'tourist sites' and more like a network that enrolls people, objects and places into its extending lineages (heritages, resorts, ethnicities, natures, cityscapes, battlefields, landscapes, adrenaline thrills and so on). It seems less like an industry and more like a rhizomic assemblage of technologies, governmentalities, texts and 'travel objects' on multiple lines of flight. Seen as an ordering, tourism creates interlocking and prehensile technologies (which reached out to others and explore other possible configurations of technology and culture). It creates touristic predispositions to travel and experience a world wider than the locale and has a built-in tendency to add more experiences, destinations, routes since tourism is based more on desire and curiosity than the search for answers and satisfaction. As more and more places become translated into tourist sites (and there is scarcely anywhere or anything that has not been) so a multitude of businesses and agencies that mediate, facilitate and service the tourist form rhizomic accretions at all levels, simultaneously.

Such a perspective does not dismiss other theorisations of tourism. It does not oppose asking what tourism *means* or how it relates to other cultural forms of ritual, ludic play, pilgrimage, consumption or the carnivalesque, but it does avoid reducing tourism to basic (often binary) structural forms. This explicitly anti-structuralist and posthumanist hybrid of actor network and Foucauldian analysis, as expressed in works by Crook, Law, and Kendall and Wickham, encourages us to ask not what tourism means but what it does, to deploy a sociology of verbs not nouns. It also encourages us to investigate its becoming and its biography as an ordering and in so doing helps us to grasp its essentially modern and modernising ontology. It reveals a very close linkage with other orderings such as the ordering logistics of modern warfare (Thomas Cook was of great interest and importance to the British foreign office and military and is credited as being an important ingredient in its assemblage and management of an empire), de-traditionalisation (since it interpellates a sense of belonging to a wider world), nationalism (since it valorised an entirely new set of objects, histories, natures and geographies 'of nation') and welfarism. It fits what John Law's describes as a 'dream of ordering', as a form of management and a socio-technical ontology.

From this perspective tourism is not fragmented into a repetition of sites and an eternal present, but a formidable socio-technical rhizome, in a globalising line of flight, with a series of substantial ordering effects. In its becoming it established one of the most important networks of connectivity that contributed to (and made possible) globalisation. In this sense tourism has become a key cultural form of translation across the world and can hardly be confined to the social margins, resorts enclaves and times away from home. Indeed, tourism as I would have it (and I press for a new ontology rather than a replacement theory) is more or less the exact opposite of its typical theorisation.

Conceiving tourism as an ordering is in line with a lot of other emerging tourism theory (if that is an appropriate word to use), particularly as regards the agency of tourism objects which is an area that has been much neglected. Haldrup and Larsen's (2006) paper is a useful summary of the intertwined and therefore theoretically central role of *objects* in tourism and the hybrid human-material cultures they reveal, while Johannesson (2005a, 2005b) and Baerenholdt and Haldrup (2004) have begun to use Actor-Network Theory to investigate particular tourist sites as socio-technical networks.

These make the case for an analysis beyond Appadurai's 'the social life of things' towards the more symmetrical application of agency to all objects (human and non-human) in tourism. This opens up a new area for investigation, particularly those poorly understood spaces of mobility and the social relations between humans and the technologies of travel and mobility.

However, perhaps the greatest potential benefit of viewing tourism as an ordering derives from being able to see it in its global scope and operation. As Crang and I (2001) argued, all too often tourism research is mired in the tourist site, the resort or location and tourism's wider social and cultural impacts and effects are less clear and rarely the subject of sociological and anthropological investigations. It is for this reason perhaps that its main evaluations are in terms of local impacts and effects. While global tourism cannot be conceived as a subjectivity, it is a remarkably linked set of companies, organisations, technologies and cultural predispositions and values. As a global system a lot depends upon it, and our confidence in it to deliver safe, smooth and pleasurable passage from one place to any other. Seen as an ordering of people, cultures and places, and experience it becomes possible to evaluate its wider impacts and effects and the last part of this paper is intended to identify some very significant effects that merit further scholarship.

Ordering Effects

As a global tourism ordering developed and extended it did so in two important and linked senses. It ordered individuals as *touristic*, as travel orientated, world-curious with touristic repertoires and connoisseurship. Contemporary critics of tourism who name the tourism phenomenon as mindless might care to recall their last few trips for it is not true that travel and tourism are passive. They require much work and organization, far more because it is outside the everyday world of norms and routine and involve much more stress, if only because unlike everyday life the logistics are more fine-tuned and with far more at stake (de Botton 2002, rightly regards travel as an *art*). But we also forget perhaps that it takes experience, skill and practice to remain calm, relaxed, trusting and motivated when on the move and in very new settings. These are ordering effects we have learned to take for granted, but we must recall those brass bands and the crowds who turned out to see Thomas Cook's first guided tour parties, tourists whose novelty and *audacity* was something to see.

Second, the tourism ordering (re)orders places, spaces, cities and cultures, leaving them changed in specific ways. In some instances tourism has become a place-maker by creating an entirely different way of configuring, knowing, desiring, visiting and living in places previously untouched by tourism. The simple act of mapping a set of streets and producing a narrative history to enable visitors to grasp what it is they see as they roam them alters a place, both for outsiders who might now feel comfortable there and its inhabitants who may feel that their place has wider significance and part of a broader sweep of history.

In this final section then I want to gather together these and other ordering effects that properly belong to the tourism ordering, but yet are often lost in the vagaries of globalisation. Typically, the net effect of tourism in the world is regarded by social scientists as at best ambiguous and at worst negative. Income from tourism in many tourism-dependent localities has been exported to overseas investors rather than finding its way into local forms of investment while local political interests have often been eclipsed by the tourism interest. While I want to recognise that in many sectors of the world tourism has brought poverty, powerlessness and reduced life chances (see Meethan 2001), I would not want this truth to pre-empt a discussion of its broader but less routinely considered benefits.

Aestheticisation

Tourists are often accused of an indifference to the places they visit; it is said that they return to their everyday lives as privileged consumers unchanged. But the history of tourism ordering suggests this is not so. If anything has undermined the stability and ethnocentricity of beauty and attraction it is certainly travel and tourism. Before there was anything like market segmentation and choice, tourism was among the earliest sources of *variety* and this disturbed established and unchanging canons of aesthetic beauty, even those high cultural attempts to define them in absolute terms. Part of this disturbance was the aestheticisation of everyday objects, elsewhere. Tourists and travelers are confronted by a world of everyday objects elsewhere that are compelling because they are at once the same but different. These are not merely to be seen as curiosities but performed: eaten, used, bought, exchanged, taken home and gifted. They become part of the performance and connoisseurship of the tourists and in this way become part of their own taste repertoires, and that can indeed lead to their eventual addition to everyday consumption, as was the case with the travel of Mediterranean food, colour, design and culture into northern Europe following the advent of mass tourism to southern Spain. In the 1970s it was the case, as my friend Philip Colechin who lived in Notting Hill (London) recently reminded me, that if you wanted avocados, green peppers and chillis then you had to travel into Soho to make your purchase. This was an outing in its own right. In most cities none of these items could be bought at all. Yet by the early 1980s they were freely available in great variety and colour from every corner store and supermarket. This was not globalization closing in on northern Europe; it was Spain consolidating a market that was established through touristic practice, through the willingness of tourists to add to their palette. The Mediterranean was plundered for its aesthetic appeal long before supermarket peppers. In the 1950s and 1960s designers and artists formed part of an advanced party of travelers to the region, especially the French Riviera, and brought back both the colours and the everyday objects, and offered them to a mass market as curtain and dress material, wallpaper, crockery designs and giftwares. Indeed this aesthetic love affair with the region was part of the reason why it became such a tourism success story with the advent of cheaper air travel. “More and more of elements of reality are being aesthetically mantled”, argues Wolfgang Welsch, and he finds it hard to believe: “hardly a paving stone, no door handle and no public place has been spared by the aestheticisation boom” (Welsch 1997: 1-2). The idea that everything can and *might* be or ‘is in principle capable of being’ considered beautiful or attractive or interesting is new and it relates to the developing connoisseurship of tourists for this is the terrain of their wonderment.

As a creature born into and conditioned both by tales the exotic sublime and the dangers of eighteenth century exploration and travel, Xavier de Maistre knew only too well that the most pleasing things to be told about were the basics, food, nature, tools and clothes or their absence. So much can be said about ordinary objects that de Maistre saw no reason why the traveler needed to go so far, and in 1790 he decided to embark on a journey around his bedroom, a tour later published as *A Journey Around my Bedroom* and later followed by *Nocturnal Expedition around my Bedroom* with encouragements for others to pursue other room tourism, especially “to the poor and to those afraid of storms robberies and high cliffs” (de Botton 2002: 245). While Alain de Botton (2002) followed in his footsteps some two hundred years later in Hammersmith (London), obeying the mental command “to look around me as though I had never been to this place before”, there is nothing particularly new here if we realize that this is precisely what most tourism developers do in most places, this is what breweries did to their pubs and this is what museums are doing with modern household objects. We can look and do look at our everyday world through the eyes of tourists because like *flanerie* before, our consumerist worlds are in constant flux. Now that the world travels to us just as much as we travel to it, it is a practical matter to remain in tourist mode wherever we are.

Consumerism

For Meethan (2001), tourism is merely the extension of commodification but this gloomy conclusion reduces tourism to an artifact of commerce when it is far more spectacular than that. We know that a romantic sensibility accompanied Thomas Cook as he guided his tourists and we know that they were told to read Scott’s romantic novels as *mental* preparation for his so-called ‘Tartan Tours’ of Scotland in the 1850s. Although Cook’s guided tours were always on the move and held to impossible itineraries, they were also very exacting physically and mentally as the diaries and journals of early tourists testify (Morrell 1998). Cook required his tourists to appreciate properly the scenery, architecture, ruins and natures of the tour. And this proper mode of appreciation, the romantic sensibility, required the tourist to conjure the beauty of their gaze using language, poetry, and an essentially imaginative disposition. The pleurability was not the consumption of the object itself so much as the self-generated sense of desire. Indeed the desire for the Alps, which Jemima Morrell anticipated in her head, was as intense and as pleasurable as the real thing (Morrell 1998). Colin Campbell (1995) suggests that this capability was entirely new to the tourist gaze and gave rise not only to a demand to visit such places but the habit of applying it to other forms of consumption. Whereas before the pleasure of consuming things was to be had mainly in the physical dimensions of taste and use, the romantic sensibility gave rise to the pleasures of anticipation and desire ahead of its physical consumption. And, like the tourist gaze itself, the eventual possession of the object can be tinged with anticlimax, as the real thing never quite matches the intensity of desire and pleurability of its anticipation. Disappointment for the tourist can be accompanied by restlessness, to be off quickly without further ado to the next thing to see. And after this manner, consumption also became restless, driving a longing for another thing not yet in our grasp. Bauman quotes Taylor and Saarinen (n.d.) who say ‘desire does not desire satisfaction. To the contrary, desire desires desire (Bauman 1998: 83). Campbell’s insight is important and should be followed up by exploring the links between tourism and other areas of everyday life.

Translation

Orderings extend, in part, through processes of translation which is as much cultural as it is sociotechnical: Latour's translations "create mixtures between entirely new types of beings, hybrids of nature and also culture" (Latour 1993:10). The tourism ordering created and continues to create an expanding network based on translation, mapping, enrolment and interpretation work. In this sense it is ethnographic work, making different cultural milieu accessible and explicable to those from other cultures and places. Indeed it is best described as an exercise in eternal translation. But also sociotechnical work, translation between the social and the technical producing 'automobility', the 'excursion', the 'train', or Dant's (2004) 'driver-car'. Again, we have come to take this for granted but the world has been made available to the universal traveller through tourism. We tend to forget how difficult this is before tourism's translation work. All places, times, peoples, cultures, etiquettes, languages required translation work for the generalised and specific stranger-visitors, thus opening up the world to greater penetration, mobility and exchange. There is a lot of this material generated through tourism ordering from city guidebooks and street maps to *Lonely Planet*, *Rough Guides*, travel writing and so on. Translation leaves places changed, reorders them completely. It creates new narratives of place and culture, new marketing devices, reputations, and icons that are detachable and attachable to other commodities. Further research must delve more into the archives of this translation and also rewrite city and place histories from the point of view of their tourism ordering. In their *Venice, The Tourist Maze*, Davis and Marvin (2004: 2) write for instance that "the tourist Venice is Venice".

Place-making

Prior to tourism orderings, most villages, towns and regions were inward looking despite multiple trade networks. Their sense of 'place' as a distinctive, relative, narrative was rare before tourism. Through translation and interpretation, selection, bracketing, staging etc, towns and regions, people and cultures were framed as place, with 'place effects'. It is when a town's reputation to outsiders begins to take on a life of its own, directing the course of planning, building, literature, work and art that we can talk of place effects (Duncan and Savage 1989). The tourism ordering then creates the 'place-making imperative': most if not all seek to identify their 'place' for the consumption of others (coal mines turn into museums in Wales, industrial past advertised in Bradford, etc.) Place-making is not purely commercial and exploitative. As Sharon MacDonald shows, it is also used by those ignored or sidelined by 'history' and politics and provides localities with a means to assert/ place themselves (MacDonald 1997).

Touristification

I would not be the first to say that tourism has become something of a metaphor for modernity or at least modern societies (that honour belongs to Dean MacCannell and in a different way to Zygmunt Bauman who emphasizes that it is the 'looseness of attachment' that makes tourism such an apt metaphor), but tourism is also in the performative sense a *stance to the world*, a way of navigating ourselves around our complicated world and being navigated by it (Bauman 1998). Many things have been reordered by tourism from shopping to eating out, watching TV, surfing the net, marketing, branding and so on. Australia was quite explicitly rendered anew through its branding for tourists. For example,

the Internet makes the point well. The Internet has been configured in the likeness or ordering of tourism. We 'visit' web 'sites'. We wander around sites as the mood takes us, leisurely or erratically; sites provide us with 'maps' and when we arrive anywhere (why do we feel we arrive?) we are given itineraries, menus, gateways, guides, access, tours, guided tours. It is a language of movement, 'back', 'forward', 'go', 'stop', 'search', 'find', and so on. There is also something touristic about the way sites are constructed, they aim to attract us, make us linger, entertain us and sell. Information is presented as a journey, a pleasure; to be uncovered by serendipity. Even people, individuals have rendered themselves as tourist sites through their own web pages. I have seen 'welcome to me' signs as if I had just driven into a little town.

Why is it that tourism has proved such a winning language and etiquette for life *generally* in contemporary societies? Is it because solid socialities and separable lifeworlds no longer exist, that everything has been penetrated and translated by mobility? Or that the mobile and fluid world turns us all into tourist wherever we are? Clearly more ethnography work needs to be done and the tourism ordering suggests that new tourist research should favor the everyday as much as the resort and 'destination'.

Cosmopolitanism

While touristic ties can be described as necessarily loose and 'until further notice' (this is another of Bauman's catch phrases from his notion of 'liquid modernity') this does not mean that serious and enduring positive effects cannot be attributed to the tourism ordering. The Anglophilia-Francophilia phenomenon was a love affair born of tourism. It might be a one-sided relationship with practitioners of the latter far outnumbering those of the former, but it is a tangible and important effect giving rise to successful town twinning, student exchanges, the exchange of art, music and literature, and the erosion of very longstanding negative stereotypes. This is a good example to use because it was the explicit wish of Thomas Cook that tourism would undermine the historical animosity between the French and the British. At the silver jubilee celebration of Thomas Cook and son, John Cook said that it was his father's belief "that the world would be a pleasanter place of habitation if all the dwellers on its surface were brought closer together, and that international travel was one of the best preservatives against international war, since it dissipated absurd notions and dangerous prejudices" (Brendan 1991: 66). Sadly it takes more than this to prevent wars but it is far more difficult to demonise others if they are already understood, known, liked and admired. Critics also warn that tourism can and does breed *blasé*, worldly indifference on the one hand and the beach lager lout on the other. This must be conceded, but at the same time there is nothing about the sociology of orderings that argues they always succeed, indeed failure is just as likely. The humanitarian gains of tourism are probably mixed. Certainly the phenomenology of heritage tourism shows that far from being indifferent the range of interpellations and engagements with others' histories probably account for its success. In a similar way the trend towards the Japanese fondness for "skin tourism" (Reiko 1991), getting closer to local culture, the growth of backpackerism and the growth of sensual over visual tourism all emphasize that the 'tourist bubble' has burst. At the very least Mark Twain was surely correct to point out that tourism undermines prejudice through a range of testing exchanges: because it permits controlled experiments in ethnography; because Others become entwined in acts of self-making; because we are accepting and moved by the kindnesses of strangers;

because tourism makes Others seem more like us than otherwise, exposing a common humanity. Finding that common humanity and nurturing it is what Cook thought was possible through the socio-technology of tourism, and while it is an irony that Bauman feels we must not give up the search, *despite tourism, despite the looseness* of touristic ties generally, his wish for global governance and re-order may only come to fruition through the skills and repertoires we learn as tourists: when everyone feels as strongly about their world as they once did about their nation (see Franklin 2003b).

References cited

- ADAMSON, Donald (ed.), 1996. *Rides Round Britain by John Byng*. London: The Folio Society.
- BAERENHOLDT, Jorgen O., and Michael HALDRUP, 2006. *European Urban and Regional Studies*, 13 (3), pp. 209-224.
- BAUMAN, Zigmunt,
1998. *Globalisation*. Cambridge: Polity Press.
2000. *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- BENNETT, Tony, 1983. "A Thousand and One Troubles: Blackpool Pleasure Beach", in *Formations of Pleasure*, pp. 138-55. London: Routledge and Kegan Paul.
- BOTTON, Alain de, 2002. *The Art of Travel*. London: Hamish Hamilton.
- BRENDAN, Piers, 1991. *Thomas Cook: 150 Years of Popular Tourism*. Berkeley: University of California Press.
- CAMPBELL, Colin, 1995. *The Romantic Ethic and the Spirit of Consumerism*. Oxford: Blackwell.
- CLIFFORD, James, 1992. "Travelling Cultures", in L. Grossberg, C. Nelson and P. A. Treichler (eds), *Cultural Studies*. New York: Routledge.
- CROOK, Stephen, 1999. "Ordering risks", in D. Lupton (ed.), *Risk and Sociocultural theory: new directions and perspectives*. Cambridge: Cambridge University Press.
- DANT, Tim, 2004. "The Driver-car", *Theory, Culture and Society*, 21 (4/5), pp. 61-79.
- DAVIS, Robert C. and Garry MARVIN, 2004. *Venice, The Tourist Maze*. Berkeley: University of California Press.
- DOQUET, Anne and Olivier EVRARD, 2008. "An Interview with Jean-Didier Urbain", *Tourist Studies*, 9 (2).
- DUNCAN, Simon S. and Mike SAVAGE, 1989. "Space, Scale and Locality", *Antipode*, 21 (3), pp. 179-206.
- FRANKLIN, Adrian S. and Mike CRANG, 2001. "The trouble with tourism and travel theory?", *Tourist Studies*, 1 (1), pp. 5-22.
- FRANKLIN, Adrian S.,
2003a. *Tourism*. London: Sage.
2003b. "The Tourism Syndrome: An Interview with Zygmunt Bauman", *Tourist Studies*, 3 (2), pp. 205-218.
2004. "Tourism as an ordering: towards a new ontology of tourism", *Tourist Studies*, 4 (3), pp. 277-303.
2007. "The problem with tourism theory", in Irena Ateljevic, Nigel Morgan, Annette Pritchard and Candice Harris (eds), *The critical turn in tourism studies: Innovative research Methodologies*, pp. 131-148. London: Elsevier.
2008. "The Sociology of Tourism", in T. Jamal and M. Robinson (Eds), *Sage Handbook of Tourism Studies*. London: Sage.

- GRANOVETTER, Mark, 1973. "The Strength of Weak Ties", *American Journal of Sociology*, 78 (6), pp. 1360-1380.
- HALDRUP, Michael and Jonas LARSEN, 2006. "Material Cultures of Tourism", *Leisure Studies*, 25 (3), pp. 275-289.
- HUNT, Alan and Gary WICKHAM, 1994. *Foucault and Law: Towards a Sociology of Law as Governance*. London: Pluto Press.
- JOHANNESSON, Gunnar T.,
2005a. "Placing Tourism: The Ordering of a tourism project in Westfjords-Iceland. The Inaugural Nordic Geographers Meeting", *Power over time-space*, Lund, Sweden, May, 10-14, pp. 1-30.
2005b. "Tourism Translations: Actor-Network Theory and Tourism Research", *Tourist Studies*, 5 (2), pp. 133-150.
- KENDALL, Gavin and Gary WICKHAM, 2001. *Understanding culture: cultural studies, order, ordering*. London: Sage.
- LASH, Scott and John URRY, 1994. *Economies of Signs and Space*. London: Sage.
- LARSEN, Jonas, 2006. Picturing Bornholm: "Producing and Consuming a Tourist Place", *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 6 (2), August 2006, pp. 75-94.
- LATOUR, Bruno, 1993. *We Have Never Been Modern*. New York: Harvester Wheatsheaf.
- LAW, John,
1994. *Organizing Modernity*. London: Sage.
2003. "Ordering and Obduracy", published by the Centre for Science Studies, Lancaster University, Lancaster LA1 4YN, UK, at <http://www.comp.lancs.ac.uk/sociology/papers/Law-Ordering-and-Obduracy.pdf>
- LAW, John and Kevin HETHERINGTON, 1999. "Materialities, spatialities and globalities", Dept of Sociology, University of Lancaster. <http://www.lancs.ac.uk/fss/sociology/papers/law-hetherington-materialities-spatialities-globalities.pdf>, accessed 12.07.06.
- MACCANNEL, Dean, 1976. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken.
- MACDONALD, Sharon, 1997. "A People's Story: Heritage Identity and Authenticity", in Chris Rojek and John Urry (eds), *Touring Cultures*, pp. 155-75. London: Routledge.
- MEETHAN, Kevin, 2001. *Tourism in Global Society*. Basingstoke, Hants: Palgrave.
- MORRELL, Jemima, 1998. *Miss Jemima's Swiss Journal*. London: Routledge.
- O'REILLY, Karen, 2000. *The British on the Costa Del Sol: Transnational Identities and Local Communities*. London: Routledge.
- PICKERING, Andrew, 1995. *The Mangle of Practice*. Chicago: University of Chicago Press.
- PI-SUNYER, Oriol, 1982. "Tourism and anthropology". *Annals of Tourism Research*, 8, pp. 271-284.
- REIKO, Inoue, 1991. "An Army of Japanese Tourists", *AMPO: Japan-Asia Quarterly Review*, 22 (4), pp. 3-11.
- SHIELDS, Rob, 1991. *Places on the Margin*. London: Routledge.
- URRY, John, 1991. *The Tourist Gaze*. London: Sage.
- WELSCH, Wolfgang, 1997. *Undoing Aesthetics*. London: Sage.
- WENKAM, Robert, 1975. "The Pacific Tourist Blight", *Annals of Tourism Research*, 3, pp. 68-77.
- WITHEY, Lynne, 1997. *Grand Tours and Cook's Tours: a History of Leisure Travel, 1750 to 1915*. Berkeley: University of California Press.
- YOUNG, George, 1973. *Tourism: Blessing or Blight?* Harmondsworth: Penguin.

L'Unesco et la doctrine du tourisme culturel

Généalogie d'un « bon » tourisme

Saskia COUSIN

Résumé : *Cet article retrace l'histoire de la notion de « tourisme culturel », telle qu'elle est utilisée dans plusieurs institutions internationales entre 1945 et 2005 : la Banque Mondiale, l'Unesco, l'Organisation mondiale du tourisme (OMT/WTO) et le Conseil international des monuments et des sites (ICOMOS). Le tourisme culturel est né avec la doctrine du progrès, il est devenu un enjeu des théories du développement, il s'est nourri de la transformation du sens et des valeurs associées aux notions de culture et de patrimoine. Si sa définition a changé au cours du temps, le tourisme culturel est toujours présenté comme le « bon tourisme », une alternative au tourisme de masse. Quel est in fine le rôle joué aujourd'hui par cette notion ? Parce qu'il incarne une mobilité mondiale idéale, le tourisme culturel, ou durable, ou solidaire n'est-il pas en train de devenir une instance de légitimation pour les institutions internationales qui le promeuvent ?*

Mots-clés : Unesco, OMT/WTO, Icomos, tourisme culturel, développement, États-nations.

Abstract: *This article traces back the history of « cultural tourism », and shows how this expression has been used by several international organisations between 1945 and 2005, namely the World Bank, Unesco, World Tourism Organisation and Icomos (International Council of Monuments and Sites). Cultural tourism is born with the doctrine of Progress, and became a stake in the context of theories of development. It was affected by the evolution of the notions of “culture” and “cultural heritage”. However, if the definition changed over time, cultural tourism is still portrayed as a form of « good tourism », and an alternative to mass tourism. What is, in the end, the role played by this notion ? Because it impersonates the idea of an ideal global mobility, it actually seems that “cultural” or “sustainable” tourism becomes today a form of legitimization for the international organisations that promote it.*

Key words: Unesco, OMT/WTO, Icomos, cultural tourism, development, nation-state.

Introduction

Cet article retrace l'histoire de la notion de « tourisme culturel », telle qu'elle est utilisée dans plusieurs institutions internationales entre 1945 et 2005 : la Banque Mondiale, l'Unesco, l'Organisation mondiale du tourisme (OMT/WTO) et le Conseil international des monuments et des sites (ICOMOS).

Qu'est ce que le « tourisme culturel » ? L'expression supporte aujourd'hui plusieurs contradictions. Si le tourisme fut et reste une pratique culturelle de distinction, l'histoire du tourisme est l'histoire conjointe de sa (relative) démocratisation et de sa péjoration. Dans ce contexte, et du point de vue des pratiques touristiques, le tourisme culturel apparaît presque comme un paradoxe, puisque la « véritable » expérience culturelle serait réservée au voyage et au voyageur, figures positives et idéales constamment opposées au tourisme et au touriste. La question de savoir si un site, une pratique ou une motivation touristique relève ou non du tourisme culturel est une impasse intellectuelle : elle implique un jugement de valeur *a priori* sur ce qui relève, ou non, de la culture ou du culturel. En revanche, il semble pertinent de se pencher sur l'usage qui est fait de cette notion et les valeurs qui lui sont attribuées.

Qui parle de « tourisme culturel » ? Dans les brochures et les sites touristiques à destination du public, cette expression désigne une « niche marketing », au même titre que le tourisme blanc, vert, ou, plus récemment, solidaire. Elle permet de redonner au tourisme son caractère distingué. Mais le discours sur le tourisme culturel est avant tout professionnel, politique et institutionnel. En effectuant un travail d'enquête sur les références des acteurs professionnels et institutionnels français du tourisme (Cousin 2002), on parvient, de manière souvent indirecte, aux textes de l'Unesco, de l'Organisation Mondiale du Tourisme, et aux chartes de l'Icomos. Rien de très étonnant, puisque les experts des institutions internationales sont souvent également des universitaires ou des consultants travaillant pour des ministères et des administrations territoriales. Ces liens mériteraient d'être étudiés précisément. Le propos de cet article est toutefois autre : il s'agit de proposer une analyse historique de la construction en valeur et en discours du tourisme culturel à l'échelle des institutions internationales.

À quoi sert l'expression « tourisme culturel » ? Lors de sa création, le concept de « patrimoine mondial » est utilisé pour « sauver » des sites situés dans des pays dits en voie de développement, sans qu'il y ait une nécessaire demande des pouvoirs locaux. Il s'agit même parfois de les sauver en s'opposant à des projets nationaux. Aujourd'hui, l'inscription des sites correspond plutôt à l'aboutissement d'initiatives politiques locales, étudiées par l'Icomos qui gère les dossiers pour l'Unesco. L'examen des articles de revues, des déclarations et des rapports des organisations internationales révèle que les points de vue des commissions locales et nationales sur les enjeux et les définitions du tourisme et de la culture sont souvent contrastées, parfois opposés. Toutefois, il est un point commun à l'ensemble des écrits sur le tourisme culturel ; un point commun qui démarque le tourisme culturel en valeur vis-à-vis du tourisme appréhendé de manière globale : l'énoncé que le tourisme culturel est « bon » pour les territoires qu'il concerne. Les institutions culturelles locales, nationales ou internationales, qui dénoncent les méfaits du tourisme de masse, considèrent en effet le tourisme culturel comme une forme de tourisme indolore, distinguée et respectueuse des sites et des populations. La politique de tourisme culturel se présente comme une manière d'allier développement économique

et visites du patrimoine, pratiques et échanges culturels, marché de biens et de services. À partir de là, il semble possible d'identifier plusieurs périodes et de montrer comment le tourisme culturel est né avec la doctrine du progrès, comment il est devenu un enjeu des théories du développement, comment il s'est nourri de la transformation du sens et des valeurs associées aux notions de culture et de patrimoine, à travers notamment les chartes du tourisme culturel de l'Icomos. Quel est *in fine* le rôle joué aujourd'hui par cette notion ? Parce qu'il représente une mobilité idéale, le tourisme culturel, ou durable, ou solidaire n'est-il pas en train de devenir une instance de légitimation pour les institutions internationales qui le promeuvent ?

Le tourisme international, enjeu politique et financier (1925-1968)

En 1925 se tient à La Haye le premier congrès international qui réunit les « associations officielles de trafic touristique ». En 1934 est créée, toujours à La Haye, l'Union internationale des organismes officiels de propagande touristique. Elle deviendra en 1947 l'Union internationale des organismes officiels de tourisme, l'UIOOT avec le statut d'ONG. Les années 1950 et 1960 marquent le début du tourisme international. Avec l'arrivée des avions à réaction long-courriers, puis des charters, la croissance du pouvoir d'achat dans les pays développés et l'abaissement du coût de transport, les 25 millions d'arrivées internationales en 1950 deviennent 165 millions en 1970¹. Les institutions internationales commencent à théoriser le phénomène, alors que, dans le contexte de la guerre froide, le tourisme est déjà un enjeu politique.

Dans un article paru en 1961, Kurt Krapf, premier « expert touristique » de la Banque mondiale propose la thèse suivante : puisque les pays riches ont un solde négatif au poste « voyage » de leur balance des paiements, cela signifie que plus un pays est riche, plus ses ressortissants voyagent. Puisque les déplacements s'effectuent en général vers des pays moins riches, les dépenses touristiques sont susceptibles de redresser le déficit de la balance des paiements des pays en développement. Pour Kurt Krapf, le tourisme est donc une modalité presque automatique de redistribution des richesses – à condition que des infrastructures soient mises en place – en même temps qu'un processus d'expansion des échanges internationaux, considérés comme bénéfiques à terme pour les pays du tiers monde. Enfin, l'économiste considère le tourisme comme un moyen de mettre en valeur les « matières premières » abondantes des pays en voie de développement : le climat, la nature et le patrimoine « Sans la venue des touristes étrangers, toutes ces richesses resteraient en friche, elles ne pourraient être exploitées économiquement et le pays manquerait une occasion unique de s'aider lui-même » (Krapf 1961 : 881).

Ces théories peuvent être rapprochées de celles de l'Américain Walt W. Rostow qui, dans un *best seller* publié en 1960, *The stages of Economic Growth*, propose une théorie mécaniste de la croissance. Armand Mattelart indique que cet ouvrage n'est que la transformation d'une proposition de politique extérieure élaborée trois ans plus tôt à l'adresse du département d'État américain – proposition qui reprend la doctrine de Truman définie en 1949 –, une transformation qui meut la politique extérieure américaine en « théorie universelle de développement » (Mattelart 1999 : 303).

1. Sources OMT. Il y a eu, en 2007, 898 millions d'arrivées internationales.

Pour relativiser la portée de la théorie de Kurt Krapf, il faut rappeler qu'en 1950, les quinze premières destinations mondiales capitalisaient 87% des arrivées, et en captaient encore 75% en 1970. Quoi qu'il en soit, le tourisme est présenté comme l'un des grands facteurs de développement pour les pays du « tiers monde » qui sont incités à développer leurs infrastructures. Cette affirmation est relayée dans les recommandations de la Conférence mondiale du tourisme qui se tient à Rome en 1963. La thèse du développement par le tourisme s'appuie uniquement sur une analyse des flux financiers. Cette manière d'appréhender le tourisme restera longtemps le mode d'analyse des organismes internationaux, justement parce que ces théories sont un élément de la politique extérieure américaine – politique économique et lutte contre l'influence communiste.

En 1968, le responsable du tourisme à la Banque mondiale, Michel Davis, peut encore affirmer que « le tourisme représente pour les pays en développement le véritable moteur de développement, de la même façon que le fut l'industrie lourde pour l'Europe » (Harris 1992 : 256). Là encore, si le tourisme est présenté comme un moyen de renforcer l'économie des pays en voie de développement, c'est uniquement à travers l'augmentation de leurs recettes en devises et en stimulant le commerce international. La Banque mondiale ne se préoccupe pas des conséquences néfastes, sociales, culturelles qui pourraient être induites par le tourisme, mais elle n'envisage pas non plus les aspects néfastes pour les pays en développement d'un point de vue économique et monétaire, notamment la spirale inflationniste. Certains s'émeuvent de ces positions mécanistes, alors que les rapports Nord-Sud sont en train de changer. L'Unesco va élaborer et porter un discours alternatif sur le tourisme international : la doctrine du tourisme culturel.

Echanger des valeurs économiques contre des valeurs culturelles : le rôle de l'Unesco et de l'Icomos (1945-1974)

La doctrine des avantages réciproques

L'Unesco et l'Union internationale des organismes officiels de tourisme (UIOOT) établissent des liens dès 1951. L'Unesco participe à la conférence de Rome de 1963 et à la rédaction de ses résolutions. On y affirme notamment « le rôle fondamental que joue le tourisme dans les économies nationales et le commerce international, ainsi que son influence sociale, éducative et culturelle, et la contribution qu'il peut apporter à la cause de l'amitié et de la compréhension entre les peuples ». L'Unesco présente un rapport sur « les facteurs culturels dans le tourisme » qui s'inscrit dans la doctrine des avantages réciproques, adaptée au patrimoine culturel par des économistes, notamment Alberto Sessa, qui affirme que « la culture et l'économie touristique, au lieu de se tenir en opposition, dérivent d'un avantage réciproque l'une de l'autre » (Sessa 1967 : 117). Michel Picard note que cette doctrine a pour finalité de démontrer que « le tourisme international se traduit en définitive par un double courant d'échanges, de valeurs économiques vers les pays récepteurs et de valeurs culturelles vers les pays émetteurs » (Picard 1992 : 111). Dans *The Unesco Courier* de 1966, la politique d'encouragement du tourisme est justifiée par le fait que celui-ci s'inscrit parfaitement dans les buts primordiaux de l'Unesco : « Unesco encourages the development of tourism because tourism contributes in innumerable ways to education, culture and international understanding » (1966 : 11). Dans le même temps, les effets néfastes d'un tourisme non maîtrisé sont dénoncés. L'invention de la notion de tourisme culturel permet donc de présenter une alternative. *The Unesco Courier* indique

que « la préservation des sites permet le tourisme culturel » et que le tourisme culturel est « un trésor inexploité pour le développement économique ». Il faut donc « transformer les biens culturels en biens économiques » (1966 : 5 et 11). Le tourisme culturel est également présenté comme un moyen de désengorger les sites touristiques déjà trop fréquentés, en proposant une diversification de l'offre et une alternative au tourisme de masse.

Le rôle de l'Icomos

Le thème du tourisme culturel devient récurrent avec la création en 1965 de l'Icomos, le Conseil international des monuments et des sites, qui assure un rôle de conseiller technique auprès de l'Unesco, notamment pour l'élaboration de la liste du « patrimoine mondial ». Selon l'organisation elle-même, « L'Icomos est plus particulièrement chargé de l'évaluation des biens culturels et mixtes en fonction du critère principal de « valeur universelle exceptionnelle » et des critères établis par la Convention du Patrimoine Mondial »². Le tourisme culturel est au centre de ses activités et de ses discours dès sa création : sa deuxième assemblée générale, qui se tient à Oxford en 1969, est consacrée à ce thème.

Le tourisme est alors considéré comme ayant une « importance fondamentale (pour les rapports entre nations et la connaissance mutuelle qu'en retirent les hommes » (*Monumentum* 1970 : 3). Cette assertion s'inscrit directement dans les buts primordiaux de l'Unesco édicté en 1946 : « contribuer au maintien de la paix et de la sécurité et aider l'humanité à atteindre graduellement une prospérité commune, et cela par le moyen de l'éducation, la science et la culture ». Les contributeurs de l'Icomos, en affirmant à la fois la possible incidence négative du tourisme et leurs espérances « sur le plan social et humain », dans sa « valeur éducative pour la masse de la population concernée », vont distinguer le tourisme du tourisme culturel. Ils présentent leurs contributions comme une « doctrine », dont la finalité est de « propager certains idéaux communs et de contribuer de la sorte à une prise de conscience positive du phénomène mondial et déterminant du tourisme culturel » (*Monumentum* 1970 : 3). L'Icomos revendique aujourd'hui plus de 5 000 membres répartis dans 89 pays. Outre son rôle technique d'expertise pour les dossiers de candidature au patrimoine mondial, l'Icomos défend le caractère positif du tourisme, notamment à travers son *Comité du tourisme culturel*.

Le « nouvel ordre mondial » : de l'impact du tourisme de masse à la résistance culturelle (1970-1988)

L'UIOOT se transforme en institution intergouvernementale en 1970, et se renomme Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) en 1975. Les Pays du Sud sont désormais majoritaires. En 1976, L'OMT devient une agence d'exécution du PNUD, puis, en 1977 une institution apparentée au sein du système des Nations Unies. Elle reste cependant ouverte au secteur privé. Le Sénégalais Mokhtar M'Bow devient directeur général de l'Unesco en 1974 et crée une Commission Internationale de l'Information qui aboutira au rapport Mac Bride en 1980. Remettant en cause la doctrine du *free flow of information* axée sur le clivage Est/Ouest, M'Bow dénonce le fait que la circulation se fait dans un seul sens, des pays « émetteurs » vers les pays « récepteurs ». Elaborée pour défendre

2. http://www.international.icomos.org/world_heritage_fre/icomoswh_fre.htm

un « nouvel ordre mondial de l'information », cette métaphore communicationnelle fonde le paradigme de l'impact et nourrit les critiques, formulées notamment par les anthropologues (Boutillier 1978; Kalaora 1997) à l'encontre du tourisme de masse, et en particulier, ses incidences sur la culture et le mode de vie des pays dits « récepteurs », c'est-à-dire les pays du Sud. Jusqu'à la fin des années 1990, et à l'exception notable du travail de Michel Picard, ce paradigme de l'impact va rester le mode d'approche principal, voire unique des anthropologues francophones confrontés à la question du tourisme. Ce paradigme implique une conception des cultures définies comme des systèmes clos, des « îles » incapables de résister et de s'approprier des éléments extérieurs.

Les institutions internationales, culturelles et touristiques doivent, quant à elles, « sauver » le tourisme des accusations d'impérialisme. Le tourisme culturel permet une nouvelle fois d'affirmer qu'il existe un « bon tourisme ». La doctrine des « avantages réciproques » de l'économie touristique et de la culture n'étant plus d'actualité, il s'agit désormais de mesurer le rapport entre les impacts économiques – considérés comme bénéfiques – et les impacts socioculturels, jugés néfastes. C'est dans cette perspective que le Département des projets touristiques de la Banque mondiale et la Division du patrimoine culturel de l'Unesco organisent conjointement, en 1976, un colloque sur « l'impact socioculturel du tourisme ». Michel Picard démontre qu'avec ce colloque, et surtout ses répercussions, le discours de la réciprocité a été remplacé par un discours de l'opposition, opposition entre « pays sous-développés récepteurs » et « pays développés émetteurs » de touristes, entre « coûts socioculturels » et « bénéfices économiques », entre « modalités relationnelles traditionnelles » et « relations touristiques commerciales » (« l'incidence la plus grave sur les valeurs » (Kadt 1979 : 61). Puisque le problème a été posé en termes d'opposition, la politique à mener est alors uniquement envisagée en termes de résolution de conflits. Le tourisme culturel devient une modalité « d'épanouissement des valeurs culturelles » et l'un des moyens de lutter contre la « commercialisation » des relations touristiques, propre au tourisme dit « de masse ».

La Conférence Mondiale du Tourisme de 1980, organisée à Manille, peut être considérée comme l'aboutissement de ce revirement doctrinal. La *Déclaration de Manille sur le tourisme mondial* affirme la primauté des aspects culturels sur les facteurs économiques, peut-être justement parce que les bénéfices économiques du tourisme pour les pays en développement n'ont pas été pas été à la hauteur des espérances : « le tourisme a acquis outre ses dimensions quantitatives bien connues une dimension culturelle et morale qu'il importe de favoriser et de protéger contre les distorsions négatives dues à des facteurs économiques » (OMT 1980, article 14).

Cette évolution traduit également le rôle grandissant joué par des associations œcuméniques dans la formulation d'une critique internationale des effets du tourisme – notamment la prostitution, dont les liens avec l'industrie des loisirs sont de plus en plus régulièrement dénoncés (Roux 2007). Le déplacement du lieu de la conférence internationale, de Rome, lieu mythique du tourisme occidental, à Manille, marque enfin la modification de la composition de l'OMT et la mondialisation des flux touristiques. Les « pays récepteurs » sont désormais crédités de « valeurs » intrinsèques et préalables, et le tourisme est un moyen de les conserver et de les épanouir, dans un cadre qui reste celui de l'État-Nation : « les États cherchent à enrichir leur patrimoine de valeurs culturelles en formulant des politiques et en prenant des mesures conformes à leur situation et à leurs exigences nationales » (OMT 1980, Préambule).

En 1982, la Conférence mondiale sur les politiques culturelles de Mexico (Mondiacult 1982) reprend l'idée qu'il existe des valeurs et des politiques culturelles nationales. La pensée en termes d'impacts est transfigurée en un discours de la résistance où le culturel et l'économique – c'est-à-dire les industries culturelles – doivent collaborer. En 1988, Javier Perez de Cuellar et Federico Mayor, respectivement secrétaire général de l'ONU et directeur général de l'Unesco, lancent la « décennie mondiale du développement culturel ». Le tourisme culturel devient alors le moyen de conserver des « valeurs » culturelles et d'y apporter des « effets bénéfiques ».

Les chartes du tourisme culturel : de la conservation des monuments à la défense de l'identité culturelle (1976-1999)

La comparaison des successives chartes du tourisme culturel élaborées par l'ICOMOS permet d'appréhender les répercussions dans la sphère touristique de l'évolution de la notion de culture.

Conserver les sites par le tourisme culturel

En 1976, en Belgique, lors d'un séminaire international intitulé « Tourisme et Humanisme contemporain », l'Icomos élabore la première *Charte du tourisme culturel*. Le tourisme est présenté comme « un humanisme en soi », à condition d'être « culturel ». La charte est signée par l'Icomos, l'OMT et de nombreuses organisations qui rassemblent, à un niveau international, des institutions publiques, des organismes associatifs ou des entreprises privées, notamment l'Association internationale de l'hôtellerie, la Fédération internationale des auberges de jeunesse, la Fédération universelle des associations d'agences de voyages, ou encore l'Union internationale des architectes. L'objet du discours est la relation entre les visiteurs et les sites patrimoniaux. À l'instar de la « Convention sur la protection du patrimoine naturel et culturel » établie par l'Unesco en 1972, la notion de patrimoine est limitée à l'approche occidentale des grandes œuvres de l'humanité. La charte vient servir cette définition sans la discuter et la seule question débattue est de savoir si le tourisme sauvegarde ou détruit les sites patrimoniaux.

Si le tourisme est justifié « en raison des bénéfiques socioculturels et économiques qui en découlent pour l'ensemble des populations concernées », « c'est le respect du patrimoine mondial, culturel et naturel, qui doit prévaloir sur toute autre considération, si justifiée qu'elle puisse être du point de vue social, politique ou économique » (Icomos 1976 : 1). Les signataires opposent donc d'un côté, le patrimoine mondial, culturel et naturel, et, de l'autre, les considérations sociales, politiques ou économiques, réduites à un « point de vue ».

Extension du domaine du patrimoine

Dans la charte de 1976, le « patrimoine » est synonyme de « monument », et le culturel désigne les sites, non les pratiques. Plus de vingt ans plus tard, en 1999, la Charte donne lieu à une « révision » qui propose une définition beaucoup plus extensive de la notion de patrimoine : le patrimoine est « un concept vaste qui réunit aussi bien l'environnement naturel que culturel ». Le « concept » englobe « les notions de paysage, d'ensembles historiques, de sites naturels et bâtis aussi bien que les notions de biodiversité, de collections, de pratiques culturelles traditionnelles ou présentes, de connaissance et d'expérimentation » (Icomos 1999 : 1). Le patrimoine désigne tous les aspects considérés

comme propres à une société et un environnement : l'accent est mis sur la diversité et la « biodiversité » fait partie du patrimoine.

La différence entre la charte de 1976 et celle de 1999 réside également dans l'importance et la valeur qu'elles confèrent respectivement au thème de la « diversité » et de « l'identité ». La charte de 1976 insiste sur « l'universalité du patrimoine », la nécessité d'une « prise de conscience universelle », de la « communauté humaine » (1976 : 2); elle ne fait aucune allusion aux populations locales : les seuls individus évoqués sont les « touristes ». En 1999, on parle des « communautés d'accueil », des « populations indigènes ». L'argumentaire s'organise autour de « l'essence des diverses identités nationales, régionales, indigènes et locales ». Ce sont désormais les « populations indigènes » qui « perpétuent les valeurs patrimoniales », « la diversité culturelle de chaque lieu et chaque région » (Charte révisée 1999 : 1-2) :

« Principe 1 : Le tourisme national et international est l'un des principaux véhicules des échanges culturels. La protection du patrimoine doit offrir des opportunités sérieuses et bien gérées aux membres des communautés d'accueil et aux visiteurs pour expérimenter et comprendre le patrimoine et la culture des différentes communautés ».
Charte révisée du tourisme culturel (Icomos, 1999 : 2).

L'accent n'est plus mis sur le caractère universel d'un patrimoine ou d'une culture mais sur le fait qu'ils relèvent de « différentes communautés ». La référence à la « communauté humaine » a disparu; les « communautés d'accueil » sont, pour la première fois, considérées comme des visiteurs potentiels; la protection du patrimoine n'est plus une finalité mais une « opportunité ».

La comparaison entre les chartes de 1976 et de 1999 permet enfin d'illustrer l'évolution des sens donnés à la notion de *valeur*. Dans la charte de 1976, on trouve seulement deux utilisations de l'expression « valeurs culturelles », alors que la référence à la notion de valeur – valeur culturelle, valeur universelle, valeur patrimoniale, mise en valeur – est récurrente dans la charte de 1999. En 1976, la conception relève plutôt d'une « valeur immobilière » et matérielle, en l'occurrence le patrimoine historique bâti. Plus un monument est exceptionnel, plus grande et plus universelle est sa valeur. En 1999, les « valeurs culturelles » ont pris un nouveau sens, elle englobent désormais les populations locales et ce qu'il est convenu de nommer le « patrimoine immatériel » – la musique, la danse – et le petit patrimoine, le patrimoine « populaire ». La référence à la Nation a disparu, ce qui compte c'est l'identité.

Le rôle des commissions nationales

Il est très difficile de dater précisément le passage d'une conception restreinte du patrimoine à une conception élargie, puisqu'elle n'a pas lieu au même moment en fonction des commissions nationales, et des sujets traités. On perçoit un changement progressif à la fin des années 1960 qui se généralise dans les années 1980. Les premiers textes qui mettent en avant la diversité des cultures concernent des projets au Brésil³ et

3. Par exemple, le *Courrier de l'Unesco* de juin 1968 examine un « vaste programme de tourisme culturel au Brésil ». Les auteurs notent que les ensembles devant faire l'objet du programme sont habités par des populations pauvres qui ne sauraient être expulsés « sous le prétexte d'une prise de conscience universelle de l'intérêt de ce cadre culturel » notamment parce qu'ils « ne sauraient être vidés de leurs habitants sans perdre une bonne part de leur signification » (*Le courrier de l'Unesco* 1968 : 12).

au Québec. Selon la Déclaration québécoise du tourisme culturel, édictée en 1979 : « le tourisme culturel repose essentiellement sur la qualité des liens qui s'établissent entre le visiteur et le visité. En ce sens, le tourisme culturel est un agent de communication et de fraternisation dans le monde. » (*Déclaration québécoise 1979* : 12). Ce qui est mis au centre de ces discours est que « le tourisme culturel repose essentiellement sur la qualité des liens qui s'établissent entre le visiteur et le visité » (idem). Le caractère universel du patrimoine n'a pas d'importance, et les motivations qui président à la revendication de l'importance des populations sont explicitement politiques : elles visent à affirmer l'identité et la singularité du Québec vis-à-vis du Canada : « Le tourisme doit devenir un agent culturel positif, c'est-à-dire un agent susceptible de mettre en valeur et de respecter les façons de vivre des québécois, leur langue, leur patrimoine et leur environnement » (idem 1979 : 13).

Si la diffusion de cette déclaration est plus confidentielle que la charte de l'Icomos, la revue technique et professionnelle *Espaces* s'en fait en France l'écho (Chasse 1979). Cette déclaration précède d'une bonne décennie les premiers discours sur les liens entre valorisation du tourisme culturel, promotion des « identités locales » et défense des minorités. La Déclaration québécoise inaugure une conception de l'identité qui n'associe plus État, nation, peuple et culture, mais revendique les spécificités d'une minorité, on considérant le tourisme comme un élément à son service.

Le rôle des intellectuels et des anthropologues

Pour comprendre l'évolution entre les deux chartes, il faut se pencher plus avant sur l'évolution des théories de la culture qui servent de référents aux institutions culturelles : l'universalisme, le relativisme culturel, et enfin, l'approche en termes de « diversité ».

La charte de 1976 relève d'une vision européenne du patrimoine et de la culture, et constitue le volet touristique de la Convention sur le Patrimoine mondial de 1972. Elle puise sa légitimité dans l'humanisme universaliste des intellectuels français qui participent aux premières campagnes de l'Unesco, à l'instar par exemple d'André Malraux en 1960. Thomas Eriksen note qu'elle persiste dans les attaques d'un Finkelkraut sur le tournant relativiste pris par l'institution dans les années 1970 (Eriksen 2001). Cette approche reste privilégiée par les organisateurs de voyage privés : ce sont toujours les « haut-lieux » du patrimoine historique bâti qui se vendent le mieux.

Pourtant, en 1999, la notion de patrimoine s'est étendue à tous les aspects culturels et naturels d'une société et l'accent est mis sur la « différence » entre les « communautés ». Cette approche entérine les changements politiques, doctrinaux et théoriques, intervenus à partir des années 1960 et 1970, à l'Unesco notamment. Elle ramasse et mélange, dans une perspective de valorisation touristique, différentes définitions de la culture élaborée par les anthropologues qui ont collaboré avec l'Unesco et, en premier lieu, Claude Lévi-Strauss qui écrit dès 1952 que c'est « le fait de la diversité qui doit être sauvé, non le contenu historique que chaque époque lui a donné et qu'aucune ne saurait perpétuer au-delà d'elle-même » (1952 : 85).

La charte marque également l'intégration par les acteurs du tourisme culturel de l'invention de la notion de « patrimoine immatériel », introduite en 1982 à la Conférence mondiale de l'Unesco dédiée aux politiques culturelles, et consacrée en 1993. Selon Chiara Bortolotto, la réussite du patrimoine immatériel est liée à la conjonction de deux phénomènes. C'est une forme d'aboutissement de la prise en considération des folklores

et des cultures vivantes, longtemps délaissés vis-à-vis des grands monuments. C'est également et surtout le résultat du travail d'influence mené par les responsables japonais de l'Unesco, avec le soutien de nombreux pays, notamment africains, afin de légitimer une conception non plus seulement occidentale du patrimoine (Bortolotto 2007).

Le tourisme comme modalité d'appréhension de la diversité culturelle

En 1996, l'Unesco organise une « Table ronde d'experts » à Paris avec l'Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme (AIEST) et la revue nord américaine *Annals of Tourism Research*. La rencontre s'inscrit dans la Décennie mondiale du développement et le rapport intitulé « Notre diversité créatrice », paru en 1995. Madame Lourdes Arizpe, anthropologue et Sous-directeur général pour la culture, explique en introduction des actes que l'« objectif est de contribuer à aider les États membres et tous les acteurs du tourisme à élaborer les politiques touristiques qui respectent les sociétés, les cultures et la nature tout en contribuant au développement ». Intitulés *Culture, tourisme, développement : les enjeux du 21^e siècle*, les actes présentent le tourisme comme un « nouveau facteur de développement au sud⁴ » et « le premier vecteur mondial d'échanges culturels » (Unesco 1997 : 4). À l'instar du rapport *Notre diversité créatrice*, une double définition de la culture est proposée : « (la culture) est d'abord comme un paradigme social de croyances dominantes, de valeurs, de traditions, de mode de vie et de prescriptions (normes et sanctions) qui guident et légitiment les choix des décisions, les pratiques sociales et l'interaction humaine; et deuxièmement, comme les manifestations et représentations tangibles (monuments) et intangibles (art, spectacles) du patrimoine d'une société, présentées comme des attractions touristiques. (...) L'interaction culturelle commence avec les images qui imprègnent la publicité et les activités de promotion des agences de publicité et des offices nationaux dans les pays de départ » (Unesco 1997 : 11).

Comme le note Eriksen (2001) à propos du rapport *Notre diversité créatrice*, le point commun de cette double définition est de penser les cultures, certes non plus comme des îles mais comme des archipels, selon une approche anthropologique qui reste celle de l'anthropologie sociale des années 1930 (Wright 1998). Plutôt que de regretter ici le peu de cas fait aux théories post-structuralistes de l'anthropologie dans les définitions de la ou des cultures, il me semble plus important de noter que les théories des anthropologues qui influencent actuellement l'Unesco, et notamment celle d'Arjun Appadurai, ont été très rapidement appropriées par les défenseurs du tourisme culturel. Car si « l'interaction culturelle » n'est pas vue comme une constituante des sociétés ou des cultures (tangibles ou intangibles) mais comme un élément extérieur, elle est en revanche considérée comme rendue possible par le tourisme présenté comme « le véhicule de la revitalisation et de la promotion des cultures qu'il découvre et apprécie ». Pour les membres de la table ronde, le rôle du tourisme ne s'arrête pas là : « ainsi la globalisation et le « retour du tourisme à la culture » induisent-ils une tendance de plus en plus affirmée, axée sur la régionalisation, l'individualisation et la redécouverte d'identités culturelles fortes et vivantes » (Unesco 1997 : 17).

4. Cette assertion s'appuie sur le fait qu'en 1995, l'Europe ne totalisait plus que 50% des recettes en devises et 59% du nombre d'arrivées internationales. Mais ces données ne disent rien des recettes effectivement perçues par les populations des pays du Sud.

Si l'inflexion théorique peut être considérée comme légère en ce qui concerne des définitions de la culture, elle est en revanche importante pour ce qui est du rôle dévolu au tourisme. Il ne s'agit en effet pas moins que de considérer le tourisme comme un élément de constitution des identités culturelles post-nationales.

L'ère de la diversité culturelle durable

Les institutions internationales ont, jusqu'aux années 1960, une vision de la culture que l'on peut qualifier d'universaliste et d'humaniste. L'institution devait adapter la théorie aux objets culturels concrets qui la concernaient, le patrimoine, et la culture. Le relativisme culturel a d'abord fait évoluer la notion de patrimoine dans l'espace, en considérant égaux en valeur les grands restes de toutes les cultures ou civilisations. Ensuite est survenue une évolution de la notion de patrimoine que l'on pourrait qualifier de verticale : une reconnaissance élargie dans le temps de l'histoire : le patrimoine désigne également les traces de l'histoire contemporaine. De manière transversale, dans le temps et dans l'espace, le passage de la notion de monument à la notion de patrimoine permet d'intégrer la « culture populaire », le patrimoine « naturel », « immatériel », « vivant », « ethnologique » ou « ethnique ».

En 2001 est votée la Déclaration universelle de l'Unesco sur la diversité culturelle. Koïchiro Matsuura, le directeur général de l'Unesco, indique que la Déclaration « érige la diversité culturelle au rang de « patrimoine commun de l'humanité », aussi nécessaire pour le genre humain que la biodiversité dans l'ordre du vivant » et fait de sa défense un impératif éthique, inséparable du respect de la dignité de la personne humaine. La Déclaration vise à la fois à préserver comme un trésor vivant, et donc renouvelable, une diversité culturelle qui ne doit pas être perçue comme un patrimoine figé, mais comme un processus garant de la survie de l'humanité » (Unesco 2003 : 3). La « différence » prônée dans les premiers discours de l'Unesco est devenue « diversité », « l'universel » s'est transformé en « en commun ». La « différence » était un « patrimoine », la « diversité » est devenue un « processus », avec une morale qui « oppose aux enfermements fondamentalistes la perspective d'un monde ouvert, plus créatif et plus démocratique ». La vulgate de l'Unesco tend désormais à considérer les notions d'identité et de culture comme des synonymes, dans une perspective qui oscille entre les restes d'une vision essentialiste de l'identité – lorsque l'on affirme vouloir conserver « l'authenticité des identités culturelles », par exemple –, et une conception issue du multiculturalisme, qui promeut les échanges entre les cultures, la mobilité, le métissage (Friedman 2004). Il s'agit, comme dans le cas de l'universalisme, d'une « adaptation » de théories qui ont rejoint le sens commun, à travers de nombreux filtres, en perdant beaucoup de leur complexité, mais en gagnant un pouvoir performatif que n'ont pas les théories des anthropologues.

Il ne s'agit pas, ou plus, de relativisme des valeurs. Ainsi, pour Koïchiro Matsuura, « toutes les cultures ont une même valeur et une même dignité, mais toutes les valeurs ne se valent pas » (Bindé 2004 : 10). Le rôle de l'Unesco serait d'identifier et d'évaluer, mais aussi d'élaborer les « bonnes valeurs » des cultures, afin de permettre la rencontre et la paix. Cette position est exactement celle défendue par la doctrine du tourisme culturel : il s'agit de reconnaître et de promouvoir les « bonnes » valeurs du tourisme, en considérant que ces valeurs peuvent être constamment réévaluées et renégociées. Ce qui ne change pas, c'est l'idée d'une valeur positive attribuée au tourisme culturel.

À travers l'analyse de l'évolution des discours de l'Unesco et de l'OMT, on peut percevoir la manière dont le tourisme culturel se présente comme une valeur positive constante, tout en épousant l'évolution institutionnelle des conceptions de la culture. En élargissant le champ de définition du culturel au « naturel » et à « l'intangible », en y intégrant un discours sur les « identités » et la « diversité culturelle » et « biologique », le champ légitime de compétences et de pouvoirs des institutions culturelles et touristiques grandit du même coup, à grands renforts de nouveaux « labels » et de nouveaux produits culturels à vocation touristique. Partant du principe que toutes les cultures se valent, donc que tous les patrimoines se valent et peuvent de ce fait être légitimement « mis en valeur », chaque collectivité, chaque territoire, chacun des événements organisés peut se considérer une offre potentielle de tourisme culturel. L'éthique de « l'interculturalité », de la rencontre entre les cultures, de l'ouverture et de la mobilité prônée par les intellectuels internationaux ne peut que renforcer la légitimité du tourisme culturel car il peut ainsi se présenter légitimement comme un des moteurs de cette rencontre, en en gommant les aspects financiers et commerciaux.

Conclusion : le tourisme culturel comme nouveau cadre de légitimation ?

Le tourisme culturel est aujourd'hui « durable ». Il est présenté comme un échange culturel, une rencontre qui doit favoriser la « diversité culturelle » et les « identités vivantes », à condition « d'atténuer les conséquences du tourisme de masse ». Il semblerait que le « culturel » du tourisme culturel englobe désormais tellement de pratiques et tellement de lieux, que, finalement, le tourisme redevienne culturel, sans qu'il ne soit plus nécessaire de mentionner son caractère culturel. C'est le « retour du tourisme à la culture » affirmé par la table ronde d'experts en 1996. Le postulat de l'humanisme universel au fondement de l'Unesco reste posé, mais il s'est déplacé : ce n'est plus la culture ou l'art qui sont universels, c'est le tourisme. Il n'y a plus une culture ou un patrimoine mondial – même si le « label » persiste –, il y a des cultures et des identités culturelles caractérisées par leur « diversité ». L'unité serait alors à rechercher dans l'activité humaine qui les touche et les relie, le tourisme. Si toutes les cultures sont différentes, seul le tourisme permettrait d'apprécier la diversité culturelle et d'en mesurer la commune grandeur.

Face à ce constat, on peut se demander s'il ne faut pas inverser l'hypothèse de départ : l'Unesco ne serait plus une instance de légitimation du tourisme, mais le tourisme constituerait le cadre de pensée incontournable pour cette organisation internationale. Certes, cette hypothèse n'est pas vraie historiquement : si le tourisme est présent dès la création de l'Unesco, il n'a jamais été au centre de la rhétorique de l'institution; les rapports et les chartes sur le tourisme culturel n'ont pas été à l'origine des idées et des définitions sur la culture et le patrimoine, ils en sont le produit, et avec un certain retard.

Mais qu'en est-il aujourd'hui ? L'inscription au patrimoine mondial joue clairement un rôle de label touristique à l'échelle nationale ou régionale. On peut donc légitimement se demander si ce n'est pas l'objectif d'une valorisation touristique plutôt que l'ambition d'une reconnaissance culturelle qui est recherchée par les États et les collectivités locales dans leur demande de classement. Ou, pour le dire autrement, si la valorisation touristique ne devient pas la preuve de la reconnaissance culturelle pour certains territoires, alors que se pose la question de rapports de force entre les États leurs minorités.

Selon Adrian Franklin, il existe un lien fort entre l'invention du tourisme et les fondements du nationalisme. Essentiellement pratiqué sur le territoire national, le tourisme

aurait ainsi participé à renforcer le sentiment d'appartenance nationale. Il constituerait une forme d'agencement du monde (*ordering*) (Franklin 2004), dont les analystes ont sous-estimé l'importance, notamment parce qu'ils se focalisaient sur le tourisme international et ses enjeux économiques. Des études réalisées en Chine (Oakes 1998; Nyiri 2006), en Thaïlande (Evrard 2006), au Mali (Doquet 2006), en France (Cousin 2008) ou à Bali (Picard 1992) révèlent en effet que le tourisme, ses flux et ses produits sont un moyen de construire, de légitimer ou de transformer des pouvoirs, des territoires et des identités dans un contexte national. Et ceci depuis le milieu du 19^e siècle.

Il paraît intéressant de relire les relations entre les politiques nationales et internationales, le développement et le tourisme à l'aune de cette théorie de l'agencement⁵. Les anthropologues qui nourrissent la réflexion de l'Unesco, notamment en matière de tourisme culturel, mettent l'accent sur les flux et les processus d'hybridation, en considérant que l'État-Nation n'est plus une échelle anthropologique pertinente (Appadurai 2003, 2004; Robinson et Picard 2006). Dans le rapport de l'Unesco intitulé *Tourisme, culture et développement durable*, la seule véritable critique formulée par Mike Robinson et David Picard s'adresse à « l'idée de nation qui occupe la place prépondérante dans l'industrie du tourisme international ». Or, selon les auteurs, « les politiques nationales (et régionales) d'aménagement touristique ont tendance à privilégier la recherche du profit maximal (...) et du prestige »; « les agences de tourisme gouvernementales vendent avec une telle conviction le « label » national qu'on pourrait croire qu'elles n'ont jamais entendu parler des notions de mobilité, de flux transnationaux ou de déterritorialisation » (Unesco 2006 : 52). Ces observations confortent les analyses de Franklin sur l'importance du tourisme pour les États-Nation. Mais elles peuvent également être interprétées comme une volonté de l'Unesco de voir dans le tourisme un élément supranational utile à ses fins, à double titre : dépasser enfin l'échelle de l'État-Nation, et retrouver des prérogatives en matières de biens et services.

Depuis les années 1980, la légitimité de l'Unesco en matière de biens et services culturels n'a cessé de diminuer au profit de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) (Mattelart, Neveu 2003). Il reste à l'Unesco des prérogatives en matière de « rencontres et de paix entre les peuples », notamment dans le cadre de la Déclaration Universelle de l'Unesco sur la diversité. Le tourisme constitue la dimension économique de ces prérogatives mais aussi une manière de concrétiser les « rencontres » valorisées. Le concept de tourisme durable vient englober le tourisme culturel et permet de préserver la dimension morale des échanges économiques en mettant l'accent sur la gestion des facteurs environnementaux, sociaux et culturels. En mars 2008, un communiqué de presse de l'OMT – qui est depuis 2003 une Organisation des Nations Unies à part entière – affirme ainsi que « le tourisme durable peut jouer un grand rôle (...) en stimulant les échanges mondiaux de services et en prenant des mesures concrètes face aux impératifs du changement climatique ». Le Code mondial d'éthique du tourisme, la

5. Cette approche pourrait également être féconde pour étudier les balbutiements du tourisme international, en lien avec la colonisation. Par exemple, Gilbert Rist voit dans la justification de l'aventure coloniale de la fin du 19^e, les prémisses des théories du développement, qu'il qualifie de « croyance occidentale » (Rist 2007). Or, il est à noter que l'invention du tourisme national et international – entre 1850 et 1930 – coïncide avec l'affirmation des bienfaits de la colonisation, mais aussi avec la mise en place des expéditions et des musées ethnographiques, et la construction d'un discours savant sur l'autre (de L'estoile 2007).

Déclaration sur l'architecture et le tourisme durable participent à la constitution de cette nouvelle doctrine du tourisme présentée comme une éthique du voyage.

Le tourisme est présenté comme une mobilité idéale, une modalité d'échange culturel et un outil de développement. Il permet de faire connaître et légitimer les revendications de certaines minorités, en même temps qu'il constitue une base de consensus pour les délégations nationales qui fondent l'Unesco. Il constitue un élément supranational permettant à l'OMT et l'Unesco de prôner un mondialisme justement susceptible de dépasser l'échelle de l'État-nation, jamais remis en cause après l'échec du gouvernement mondial proposé en 1947 par Julian Huxley, le premier directeur de l'Unesco. Dans ce contexte, l'Unesco ne serait bientôt plus une instance de légitimation du tourisme, mais le tourisme permettrait au contraire de légitimer l'Unesco comme organisation transnationale. La question du rôle du tourisme dans l'agencement des processus actuels de globalisation et les rapports de force inter, trans- et intranationaux reste posée.

Remerciements

Yves Winkin et Franck Poupeau m'ont apporté de judicieux conseils lors de la première version, plus longue et inédite, de cet article. Une deuxième version a été discutée par Anne Doquet et les participants d'un séminaire de recherche sur le tourisme à l'EHESS en 2008. Cet article a enfin bénéficié des conseils des coordonnateurs du numéro et de deux évaluateurs anonymes. Qu'ils en soient tous vivement remerciés.

Références citées

APPADURAI, Arjun,

2003. « La diversité culturelle, une plateforme conceptuelle », in Stenou Katarina (éd.), 2003. *Déclaration universelle sur la diversité culturelle*, série Diversité culturelle (1). Paris : Unesco.

2004. « Vers le choc des valeurs ou l'hybridation des valeurs ? », Bindé, Jérôme (éd.), 2004. *Où vont les valeurs ?* Paris : Unesco et Albin Michel.

BINDÉ, Jérôme (éd.), 2004. *Où vont les valeurs ?* Paris : Unesco et Albin Michel.

BORTOLOTTO, Chiara,

2007a. "From the 'Monumental' to the 'Living' Heritage: A Shift in Perspective", in John Carman and Roger White (eds), *World Heritage: Global Challenges, Local Solutions. Proceedings of the Conference at Ironbridge, 4th-7th May 2006, British Archaeological Reports International Series*, pp. 39-45. Oxford: Archeopress.

2007b. "From Objects to Processes : Unesco 'Intangible Cultural Heritage'", *Journal of Museum Ethnography*, 19, pp. 21-33.

BOUTILLIER, Jean-Louis, Jean COPANS, Michèle FIÉLOUX, Suzanne LALLEMAND et Jean-Louis ORMIÈRES, 1978. *Le tourisme en Afrique de l'Ouest. Panacée ou nouvelle traite ?* Paris : Maspero.

CHASSE, Suzanne, 1979. « Au Québec : définir le tourisme culturel », *Revue Espaces*, Paris (38), juin 1979.

COURRIER DE L'UNESCO, juin 1968, 21^e année, « Vaste programme de tourisme culturel au Brésil ».

COUSIN, Saskia,

2002. *L'identité au miroir du tourisme. Usages et enjeux des politiques de tourisme culturel*. Thèse de doctorat en anthropologie sociale, Paris, EHESS.

2006. « De l'Unesco aux villages de Touraine. Enjeux politiques, institutionnels et identitaires du tourisme culturel », *Autrepart*, 40, Tourisme culturel, réseaux et recompositions sociales, pp. 15-30.

- DÉCLARATION QUÉBÉCOISE SUR LE TOURISME CULTUREL: 3^e journée québécoise du tourisme culturel, *Nouvelles*, 11, octobre 1979, Conseil des monuments et des sites du Québec, p. 12.
- DOQUET, Anne, 2006. « Décentralisation et reformulation des traditions en Pays dogon : les manifestations culturelles des communes de Dourou et Sangha » in C. Fay, F. Kone et C. Quiminal (eds), *Décentralisation et pouvoirs en Afrique*, pp. 303-320. Paris : IRD Éditions.
- ERIKSEN, Thomas Hylland, 2001. "Between Universalism and Relativism : A Critique of the UNESCO Concept of Culture", in Jane K. Cowan, Marie-Bénédicte Dembour and Richard A. Wilson (eds), *Culture and Rights. Anthropological Perspectives*, Cambridge University Press.
- EVRRARD, Olivier, 2006. « L'exotique et le domestique. Tourisme national dans les pays du Sud : réflexions depuis la Thaïlande », *Autrepart*, 40, Tourisme culturel, réseaux et recompositions sociales, pp. 151-167.
- FRANKLIN, Adrian. 2004. "Tourism as an Ordering. Towards a New Ontology of Tourism", *Tourist Studies*, 4 (3), pp. 277-301.
- FRIEDMAN, Jonathan, 2004. « Culture et politique de la culture. Une dynamique durkheimienne », *Anthropologie et sociétés*, 28 (1), pp. 21-43.
- GODCHOT, Jacques, 1992. « Le rôle des institutions internationales dans le tourisme », in Jean-Luc Michaud, *Tourismes, Chance pour l'économie, risques pour les sociétés ?*, pp. 213-246. Paris : PUF.
- HARRIS, Jean-Pierre, 1992. « Une institution spécialisée : l'organisation mondiale du tourisme », in Jean-Luc Michaud, *Tourismes, Chance pour l'économie, risques pour les sociétés ?*, pp. 247-273. Paris : PUF.
- HAULOT, Arthur, 1983, *Un certain tourisme : textes d'Arthur Haulot (1952-1981)*. Mons : Fédération du Tourisme de la Province de Hainaut.
- HUXLEY, Julian,
1946. « L'Unesco, ses buts et sa philosophie », Paris, *Commission préparatoire de l'Unesco*.
1947. « Les conditions du progrès », *Les conférences de l'Unesco*. Paris : Fontaine.
- ICOMOS,
1976. *Charte du tourisme culturel*.
1999. *Charte révisée du tourisme culturel*.
- KADT, Emmanuel de (éd.), 1979. *Le tourisme, passeport pour le développement. Regards sur les effets culturels et sociaux dans les pays en développement*. Paris : Economica, Banque mondiale et Unesco.
- KALAORA, Bernard, 1997. « Quand l'environnement devient affaire d'État », in Marc Abélès et Henri-Pierre Jedy (éds), *Anthropologie du politique*, pp. 179-196. Paris : Armand Colin.
- KRAPF, Kurt, 1961. « Les pays en voie de développement face au tourisme. Introduction méthodologique », *Revue de tourisme*, 16 (3).
- L'ESTOILE, Benoît de, 2007. *Le goût des autres. De l'exposition coloniale aux arts premiers*. Paris : Flammarion.
- LE MÉNESTREL, Sarah, 1999. *La voie des Cadiens. Tourisme et identité en Louisiane*. Paris : Belin.
- LÉVI-STRAUSS, Claude, 1952. *Race et Histoire*. Paris : Unesco éditions.
- MATTELART, Armand, 1999. *Histoire de l'utopie planétaire. De la cité prophétique à la société globale*. Paris : La Découverte.
- MATTELART, Armand, et Eric NEVEU, 2003. *Introduction aux Cultural Studies*. Paris : La Découverte (Repères).
- MONUMENTUM, 1970. *Conseil international des monuments et des sites 6, 1970, numéro spécial consacré au colloque sur les Monuments et le Tourisme*, Oxford, 7-11 juillet 1969, Icomos, Unesco et ministère de la Culture de Belgique.

- NYIRI, Pál, 2006. *Scenic Spots : Chinese Tourism, the State, and Cultural Authority*. London: University of Washington Press.
- OAKES, Tim, 1998. *Tourism and Modernity in China*. London: Routledge.
- OMT, 1980. *Déclaration de Manille sur le Tourisme Mondial*, Manille.
- PICARD, Michel, 1992. *Bali. Tourisme culturel et culture touristique*. Paris : L'Harmattan.
- RIST, Gilbert, 2007. *Le développement. Histoire d'une croyance occidentale*. Paris : Presses de Sciences-Po.
- ROBINSON, Mike et David PICARD, 2006. *Tourisme, culture et développement durable*. Paris : Unesco.
- ROUX, Sébastien, 2007. « Importer pour exister : Empower et le « travail sexuel » en Thaïlande », *Lien social et Politiques*, 58, Les solidarités sans frontières : entre permanence et changements, pp. 145-154.
- SESSA, Alberto, 1967. *Le tourisme culturel et la mise en valeur du patrimoine culturel aux fins du tourisme et de la croissance économique*. New-York : Nations-Unis CNUCED.
- UNESCO COURRIER, 1966. *December 1966* (19th year).
- UNESCO,
1972. *Convention concernant la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel*. Paris : Unesco.
1997. *Culture, tourisme, développement : les enjeux du 21^e siècle*. Paris : Unesco.
- 2003 (Stenou Katarina (éd.), 2003. *Déclaration universelle sur la diversité culturelle : une vision, une plateforme conceptuelle, une boîte à idée, un nouveau paradigme*, série Diversité culturelle (1). Paris : Unesco éditions.
- 2006 (Robinson Mike, Picard David) 2006. *Tourisme, culture et développement durable*. Paris : Unesco éditions.
- WRIGHT, Susan, 1998. "The Politization of 'culture'", *Anthropology Today*, 14 (1), pp. 7-15.

2. Territoires et liens sociaux

Les Hommes bleus du Sahara, ou l'autochtonie globalisée

Corinne CAUVIN VERNER

Résumé : Dans le Sahara marocain, les entrepreneurs de circuits de randonnées touristiques issus de la tribu des Nwâjî légitiment leur activité en se revendiquant comme autochtones. En examinant la façon dont ils manipulent concurremment divers ethnonymes et dont ils élaborent un patrimoine culturel disputé, localement, par les différents groupes susceptibles d'en contester « l'authenticité », on voit cette autochtonie se construire en fait dans des expériences de mobilité et de métissage. L'organisation de circuits favorise l'émigration à destination de l'Europe et le développement d'ONG pour la défense du nomadisme qui contribuent à la circulation de stéréotypes sur les « derniers nomades du Sahara », mais aussi à la reconnaissance d'une identité politique et culturelle au plan local, national et transnational. En adoptant le titre allégorique d'Hommes bleus, les prestataires nwâjî peuvent ainsi prétendre au statut d'autochtones.

Mots-clés : anthropologie du tourisme, Sahara marocain, ethnicité, autochtonie, globalisation.

Abstract: In the Moroccan Sahara, a series of Nwâjî tribesmen are touristic entrepreneurs that organize desert treks for tourists, and commonly legitimize their activity by claiming to be indigenous. Examining the way they simultaneously manipulate various ethnonyms and develop a cultural heritage that is disputed by different local groups contesting their "authenticity", this article shows how this indigeneity is fabricated through various mobilities and "métissages". Organizing tourist circuits actually encourages emigration to Europe and the development of NGOs for the defence of nomadism. The latter contribute to the dissemination of stereotypes concerning the "last nomads of the Sahara", and to the recognition of a cultural and political identity on the local, national and transnational levels. Adopting the allegorical name of "Blue Men", the Nwâjî guides can finally define themselves and be recognized as indigenous.

Key words: anthropology of tourism, Moroccan Sahara, ethnicity, indigeneity, globalization.

Au Maroc présaharien, depuis Ouarzazate jusqu'à la frontière algérienne, les entrepreneurs locaux d'agences de circuits de randonnées légitiment la mise en œuvre de leurs projets en se présentant comme des autochtones, tant vis-à-vis des touristes, internationaux et nationaux, que vis-à-vis de leurs concurrents, internationaux, nationaux et même régionaux. Pourtant, comme c'était déjà le cas pour les activités liées aux nomadismes de transhumance et de commerce caravanier, l'activité touristique se caractérise ici comme ailleurs par une grande mobilité des prestataires. La multiplication des circuits dans le désert et des bazars dans les petites villes qui jalonnent la vallée du Drâa provoquent la migration de jeunes chômeurs, ruraux ou citadins, susceptibles d'exercer une activité de guides ou de « faux guides »¹. Inversement, après quelques années d'expérience dans le tourisme de randonnées, guides et chameliers issus des tribus bédouines cherchent souvent à émigrer en Europe.

L'activité touristique se caractérise également par des manipulations d'ethnonymes – se dire concurremment '*Arâb*, c'est-à-dire « Bédouin », ou Touareg, ou Sahraoui –, et des métissages de ce qui est donné pour « traditions nomades », que celles-ci relèvent de l'artisanat, du corpus musical, de pratiques culinaires ou vestimentaires. À examiner la façon dont ces patrimoines sont disputés, localement, par les différents groupes susceptibles d'en contester l'authenticité, on voit que cette autochtonie se construit en fait dans des expériences de mobilité et de métissage qui servent, tout à la fois, une diversification économique constitutive de la société bédouine, et la réappropriation stratégique autant que symbolique d'un héritage culturel. Les migrants issus des tribus bédouines reviennent en effet au pays, pour des périodes plus ou moins longues. Ils s'impliquent alors de façon véritablement militante dans le développement régional d'ONG, de coopératives ou d'écomusées. Ceux-ci contribuent en retour à la vitalité des activités touristiques locales, mais aussi à la circulation, à l'échelle transnationale, de stéréotypes sur les « Hommes bleus » du Sahara qui servent la construction d'une autochtonie globalisée.

Cette enquête ethnographique sur le tourisme de randonnées au Sahara marocain a été conduite pendant dix ans, entre 1994 et 2004, dans la région de Zagora et de Mhamîd, dernière oasis de la vallée du Drâa avant la frontière algérienne. Le climat est aride, avec des températures estivales qui atteignent 50°. En toutes saisons, des vents de sable prolongés érodent les sols et provoquent un dessèchement progressif qu'accentue le surpâturage. Au-delà du djebel Bani, dernière chaîne de l'Anti-Atlas avant la frontière algérienne, commence la zone proprement saharienne où s'effectuent, au départ des oasis de Mhamîd et d'Oulad Driss, la plupart des circuits touristiques.

1. Les faux guides exercent depuis les années 1970. Main-d'œuvre non qualifiée, ambulante, ils sont rémunérés par les commerçants sous forme de commissions et d'avantages en nature : mobylettes, cigarettes, ou même boissons alcoolisées. On les dit « faux » parce qu'ils ne détiennent pas la précieuse plaque minéralogique délivrée par le ministère du Tourisme. Du coup, leur activité doit rester clandestine. Une brigade de police spécialisée est chargée de les réprimer, surtout dans les grands centres urbains de Fès et de Marrakech où ils sont perçus comme des parasites. Pourtant, cette profession non structurée s'avère une composante majeure des économies locales.

plus souvent – pour les femmes en particulier – par des visites médicales. Le patriarche, né vers 1930 dans la région de Mhamîd, avait été tour à tour méhariste dans l'armée française, mineur au Tafilalt, commerçant, soldat de l'armée marocaine. À sa retraite en 1975, il s'était fixé à Mhamîd, puis à Zagora, avec sa dernière épouse dont il avait huit enfants, cinq garçons et trois filles, nés entre 1965 et 1990. Les cinq fils, qui ne savaient ni lire ni écrire et n'avaient suivi aucune formation professionnelle, exerçaient tous le métier de guide. Face aux touristes étrangers ou même nationaux, il allait de soi qu'ils étaient des autochtones mais, de nos discussions approfondies et reprises sur une longue période, il devait apparaître que, à mesure de leur professionnalisation dans le tourisme, cette autochtonie allait être de plus en plus vigoureusement formulée, et même revendiquée.

Qui est autochtone ?

L'autochtonie est une des injonctions de la dynamique concrète des interactions entre les touristes et leurs hôtes : face à l'étranger qu'on se propose de guider dans le désert, il convient de faire valoir une connaissance empirique du milieu et d'apparaître comme un authentique représentant de sa culture supposée. Mais qui sont les autochtones du sud de la vallée du Drâa et de quelle culture locale les touristes attendent-ils qu'ils soient les représentants ? La question est d'actualité : une Déclaration des « Droits des Autochtones » a été adoptée en 2007, après vingt ans de délibérations par les Nations Unies. Quatre critères y ont été retenus comme susceptibles de définir l'autochtonie : l'occupation première d'un territoire, l'existence du groupe comme collectivité, sa perpétuation volontaire d'une distinction culturelle, et sa discrimination (Kuper 2004). Ni tous les groupes ethniques, ni toutes les minorités ne sont donc autochtones, et la question est toujours susceptible de faire débat. À la faveur des échanges organisés par les Nations Unies, on a vu les Kabyles, par exemple, hésiter à se définir comme une minorité ou comme un groupe autochtone (Bellier 2008). L'ONU a finalement reconnu comme autochtones les Berbères et les Touaregs. Même le pouvoir politique marocain semble se résoudre aujourd'hui à reconnaître l'existence d'une langue et d'une culture berbère mise sous le boisseau par plusieurs décennies de nationalisme « arabe » : en témoigne la création, en 2001, d'un Institut Royal de la Culture Amazigh (IRCAM). Néanmoins, les Nwâjî ne sont pas des Berbères et il n'est pas sans faire problème qu'un des plus anciens fonds proprement autochtones du Sud marocain soit en fait négro-africain, à quoi se sont adjointes des populations blanches païennes, juives et chrétiennes d'origines diverses, dont on ne conserve pas la mémoire quand il s'agit de définir le fond ethnique et culturel de la nation. On se heurte vite à l'évidence qu'il n'existe pas ici de vérité de l'identité ethnique.

Il n'existe probablement pas davantage de vérité de l'identité territoriale. Le problème se pose avec particulièrement d'acuité pour les populations nomades du Sahara, dont le régime territorial s'est constamment restructuré en fonction de contraintes climatiques, économiques et politiques. Il semble que, au 18^e siècle, le centre historique de la confédération 'Arîb à laquelle se rattachent les Nwâjî ait été l'Iguidi, dans le Sahara algérien (Martin 1994 : 43, 55, 99). De là, ils rayonnaient dans tout le Sahara, vers le nord jusqu'aux limites méridionales du Drâa, et vers le sud jusqu'à Taoudenni et Tombouctou – l'explorateur René Caillié les qualifiait de « voituriers du Soudan » (Caillié 1996 : 304-324). Au début du 20^e siècle, la conquête coloniale du Touat à l'est, d'Adrar et de Chinguetti au sud, les repousse vers le Nord. En 1916, le capitaine Augiéras les repère

dans la Saoura, occupés à razzier les troupeaux aux côtés des tribus Aït Khebbâch des Aït Atta puis, en 1919, victimes d'attaquants Dwî Mni'a (Augièras 1923).



Carte 2 : Cpt Augièras, « Une reconnaissance dans le Sahara marocain »
La Géographie, 35, 1921.

En 1920, un traité est signé entre les 'Arîb et les représentants du gouvernement français en Algérie. Les Nwâjî font scission pour s'allier aux dissidents Aït Khebbâch et continuer de pousser leurs rezzous jusqu'à Tindouf. Ils ne constituent donc sûrement pas la population la plus ancienne du coude du Drâa, où ils se sédentarisent durablement à partir des années 1970, consécutivement à la fermeture des frontières et à plusieurs vagues de sécheresse. Ce qu'ils y détiennent de terres, de palmiers et d'aires de parcours rétrocedées à l'automne et au printemps à des cultivateurs, a été conquis par la force des armes au cours du 20^e siècle et ne cesse d'être disputé avec d'autres tribus, berbères ou arabes. À Zagora, ils forment une minorité arabophone de dialecte *hassaniya* dans un territoire dominé par des Berbères Aït Atta² qui ne comprennent pas leur langue. On les qualifie avec dédain de 'aroubiya, « Bédouins », dans un sens péjoratif assez proche de notre « péquenaud ». Ils sont maintenus dans des quartiers de sédentarisation à la périphérie de la ville et restent surtout à distance des lieux de pouvoir.

La mémoire du groupe ne fait état d'aucune appartenance territoriale. Seule compte la figure charismatique de l'ancêtre commun, Sidi Nâjî, dont la tradition orale rapporte qu'il

2. Les Aït Atta forment une vaste confédération de tribus berbères, subdivisée en cinq *khoms*, eux-mêmes fractionnés en tribus semi-nomades qui occupent les hauteurs de l'Anti-Atlas et le pays présaharien entre Drâa et Tafilalet. On les tient pour les descendants des Sanhajas qui fondèrent la dynastie des Almoravides, au 11^e siècle. Avant la pacification des années 1930, une part de leur activité consistait à défendre les oasis des convoitises des autres tribus nomades. En échange de cette protection, ils percevaient des redevances annuelles et détenaient des terres. Du coup, leur influence reste prééminente dans toute la région.

vécuit « il y a dix-huit grands-pères », soit il y a environ cinq siècles. Le récit de fondation rapporte que des hommes de la tribu des Oulad Rizg, fraction des ‘Arîb, étaient à la recherche de gazelles lorsqu’ils trouvèrent Sidi Nâjî, vivant familièrement au milieu des animaux. Il était vêtu d’une peau de bête et ses cheveux étaient si longs qu’ils descendaient jusqu’à terre. Les chasseurs lancèrent sur lui une branche d’acacia qui se prit dans ses cheveux, et ainsi ils le capturèrent. Cheikh ‘Abidîn, un lettré de la tribu des Kunta³, lui apprit à lire et à écrire le Coran pendant quarante jours. Il voulut lui raser la tête, mais Sidi Nâjî demanda de conserver, à la manière des vrais croyants du Sahara, une mèche de cheveux, *g'tob*, au sommet de son crâne. Cheikh ‘Abidîn lui demanda alors : - « Mais qui es-tu ? ». L’homme répondit : - « Je suis Sidi Nâjî ». Cheikh ‘Abidîn l’emmena avec lui et lui dit : - « La première tente de nomades que nous rencontrerons sur notre chemin, je t’y marierai. ». Ce fut une tente de la tribu des Oulad Rizg. Il fut uni à une femme dont il eut quatre fils qui firent souche partout au Sahara et fondèrent les quatre lignages Nwâjî : Oulad Bîh, Oulad Sidi ‘Aîch, Oulad Ba’alla, Oulad ‘Amrân. Les générations suivantes se dispersèrent ensuite, de sorte qu’on trouve aujourd’hui des Nwâjî jusqu’en Arabie Saoudite et aux Emirats du Golfe. Telle est la légende que l’on peut recueillir littéralement auprès des anciens de la tribu⁴. Elle établit avec force une identité nomade du groupe – en aucun cas, Sidi Nâjî n’est identifié comme venu de la légendaire mais ici trop proche Seguiet el Hamra, représentée partout ailleurs au Maghreb comme une pépinière de saints diffusant l’islam aux populations autochtones⁵. Il venait d’ailleurs, et on ne sait d’où. Il ne devint le saint patron d’aucun village et ne fonda pas de *zâwiya*⁶.

À cette légende énoncée prioritairement, se juxtapose néanmoins un second récit selon lequel Sidi Nâjî serait venu de Tunisie, après l’invasion, au 13^e siècle, des Arabes Beni Ma’qîl, et qu’il aurait épousé à Fès une descendante du Prophète. Bien que les deux fictions généalogiques soient incompatibles, leur narration successive n’est visiblement pas ressentie comme une contradiction gênante. L’essentiel est sauf, et confirmé par toutes les sources : les Nwâjî sont reconnus *chorfa*, descendants du prophète Mohammed, et détenteurs de la baraka. Encore une fois, comme le notait Jacques Berque : la généalogie n’est pas « un fait, ni le rappel d’un fait, mais d’un signe. (...) Ce qui compte, évidemment, c’est le nom, qui, lui, a pleine valeur sociale. » (Berque 2001 : 165)

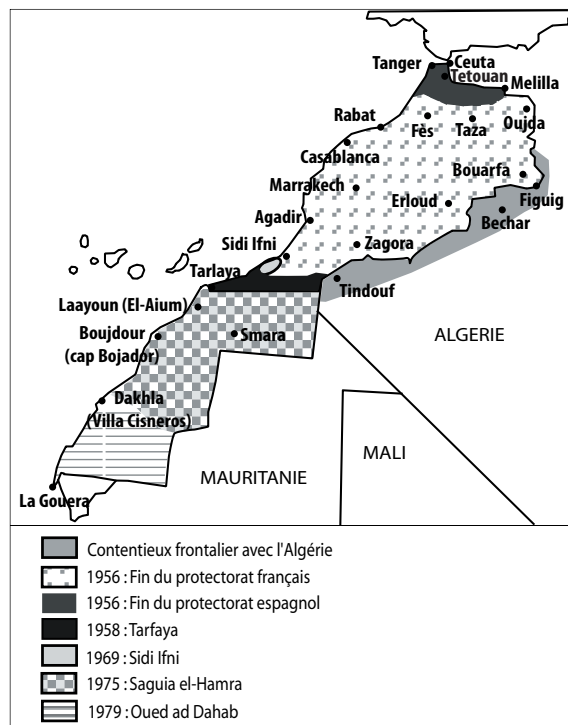
L’affaire se complique encore si l’on ajoute que les Nwâjî, ainsi que toutes les tribus ‘Arîb, ont été appelés à voter en tant que Sahraouis dans les années 1990, lorsque se profilait l’éventualité d’un référendum sur l’autodétermination du Sahara occidental – consultation qui n’a jamais eu lieu, le Maroc, l’Algérie et le Polisario ne parvenant pas à se mettre d’accord sur les listes électorales.

3. Dans tout l’Ouest saharien, les Kunta ont une réputation de grands prédicateurs. Leur histoire croise fréquemment celle des ‘Arîb, particulièrement au Mhamîd, pendant les années 1910.

4. Cette version recueillie en 2001 a été traduite de l’arabe en ayant soin de n’y ajouter ni retrancher aucun détail.

5. Selon Jacques Berque, « la tradition fait venir presque tous ces saints d’un foyer de dispersion dans le Sud marocain, la mythique Seguiet el-Hamra. Une telle localisation n’est pas sans intérêt, et il ne l’est pas non plus, que la tradition en soit surtout vive à l’est du Maroc, hors de la construction idrisite, et là où l’on peut supposer que la désagrégation a le plus profondément joué » (Berque 2001 : 170).

6. *Zâwiya* : établissement religieux, siège d’une confrérie ou d’une école. Les Nwâjî se réclament de la *zâwiya* de Sidi Bâbâ el Ghâzî, fondée au Maroc en 1526.



Source : Annuaire statistique du ministère marocain du Plan, 1999.

Carte 3 : Tracés frontaliers.

Bien qu'ils n'aient jamais occupé le Sahara occidental, les Nwâjî sont susceptibles de reconnaître cette appartenance : beaucoup se sont engagés dans la dissidence sahraouie aux côtés de la fraction Foqra des Reguibat et sont fixés dans les camps de réfugiés de Tindouf, enclave du Polisario en Algérie après que l'armée marocaine eut bombardé plusieurs camps sahraouis en 1976. Face aux touristes, ce n'est pourtant pas l'identité que les guides nwâjî défendent prioritairement. Vraisemblablement cet ethnonyme qui évoque la rébellion n'est-il pas sécurisant mais l'argumentation ne peut en rester là. On sait bien que des peuples dits autochtones ont cessé de l'être de longue date. Dans les oasis du Sud marocain, nomades et sédentaires se sont toujours disputé le territoire. Il ne peut donc être question d'y expertiser la primordialité d'une population. Dans cette situation touristique au Sahara marocain, qu'est-ce qui fonde l'autochtonie des Nwâjî ?

Visibilité des artefacts et ethnicité

Devenus en quelque sorte « nomades de profession », les Nwâjî doivent afficher une identité culturelle qui les distingue au premier coup d'œil des tribus sédentaires, arabophones ou berbérophones, qui peuplent les oasis. Leur authenticité présumée se fonde en conséquence sur la visibilité de certains artefacts culturels, au premier rang desquels par exemple le vêtement, allégorie de l'exotisme et, ici particulièrement,

paradigme d'une ethnicité : la vulgate occidentale désigne les populations sahariennes, indistinctement nomades ou sédentaires, sous le nom métonymique d'« Hommes bleus ». Le syntagme renvoie à une tradition vestimentaire : les nomades de l'Ouest saharien sont en effet vêtus de *dera'a* bleues, sorte de gandouras très étoffées et non cousues sous les aisselles. Il renvoie également aux reflets bleutés dont se teinte la peau des Sahariens au contact des étoffes teintées à l'indigo, presque noires, que portent indistinctement Maures (dénomination coloniale qui n'est pas en usage ni au Maroc, ni au Sahara occidental, ni même en Mauritanie) et Touaregs. En conséquence, tout Marocain du sud de la vallée du Drâa cherchant à capter l'intérêt d'un touriste se revêt d'une gandoura bleue. Entre deux circuits, un guide est parfois vêtu à l'Occidentale. Lorsque des clients s'annoncent, il s'habille en « Homme bleu ».

Sans être particulièrement documentés sur les traditions sahariennes, les touristes s'attendent à ce que les hommes dissimulent leur visage sous un voile, quand leurs femmes iraient visage découvert. Ils connaissent même le nom vernaculaire qui y réfère : « litham », mot arabe, indique le dictionnaire Robert, qui désigne « le voile dont les femmes musulmanes et les Touaregs se couvrent la partie inférieure du visage ». Or les nomades du Sud marocain ne se voilent pas. Ils nouent autour de leur tête une étoffe dite « chèche » ou *ferwâl*. Noire ou blanche, longue de cinq mètres sur un mètre de large, elle sert tout à la fois d'écharpe, de corde, de ceinture, de sac ou d'oreiller. Si un pan en est rabattu sur le visage, c'est pour protéger du vent, du sable ou de la poussière, et conserver un peu d'humidité dans la bouche. Ce n'est un geste de pudeur qu'en de rares occasions rituelles, notamment les mariages. Ce *ferwâl* de l'Ouest saharien n'est donc en rien comparable au litham des Touaregs. René Caillié le relève fort à propos, quand il indique que le costume des Touaregs ne diffère de celui des Maures que par la coiffure, les premiers ayant pour habitude de se voiler le visage « en sorte qu'on ne leur voit que le bout du nez » (Caillié 1996 : 230).

Malgré la diffusion de ce stéréotype vestimentaire, on ne voit pas les guides marocains se voiler à la manière des Touaregs. C'est que les processus de folklorisation ont leurs limites : les petits bazars locaux commercialisent un artisanat ethnique importé du Niger ou même du continent indien mais aussi des articles relevant de la catégorie « art indigène » : *malhafa* (voiles de corps féminins), *ferwâl*, chapelets de prière (*tsbih*), crotales (*qarqabât*), etc. Pendant les circuits, les campements sont arrangés à la façon habituelle des déplacements bédouins. Les femmes sont maintenues à l'écart de l'activité touristique. Lorsque guides et chameliers chantent le soir devant les touristes, leur répertoire ne sort pas des registres musicaux de la tribu. Ils ne font pas la démonstration d'aucun de leurs rituels et se maintiennent à distance des sanctuaires marquant le territoire⁷.

Appliquée au contexte spécifique du tourisme saharien, l'autochtonie se fonde également sur un héritage culturel. Les Nwâjî font valoir leur légitimité à exercer le métier de guide en se référant à l'expérience de caravaniers de leurs parents. Pour être guide, disent les plus expérimentés d'entre eux, il ne suffit pas « de se déguiser d'un chèche et d'une gandoura bleue et d'aller acheter des dromadaires et des paniers au souk ». Ils dénigrent les prestataires qui ne sont pas issus des tribus nomades en

7. Concernant le détail de chacun de ces points, je renvoie à ma thèse de Doctorat (Cauvin Verner 2007).

convoquant le proverbe selon lequel « l'homme qui boit à la cruche ne sera jamais un bon guide ». Attacher les dromadaires à des piquets comme des mulets, confier leur garde à des chameliers insuffisamment payés, méconnaître le savoir-faire de l'élevage et du chargement, sont perçus comme des fautes graves. Ils disqualifient ainsi la concurrence venue de Ouarzazate, de Marrakech ou même d'Europe, qui n'a ni la maîtrise du territoire, ni des risques et des imprévus⁸. S'ils ne sont pas tout à fait de « vrais nomades », au moins jugent-ils exercer leur profession avec respect du client, des équipes de travail, des dromadaires et du milieu écologique. Au désenchantement éventuel des touristes, ils répondent : « La vraie vie nomade, c'est de se déplacer là où il y a des pâturages et des puits. En randonnée, nous ne faisons pas différemment ».

Certains guides nwâjî sont nés au Sahara et exercent leur profession comme ils pratiqueraient celle de berger. D'autres, qui ont grandi dans les oasis ou les petites villes du Sud marocain, n'ont pas les compétences des chameliers mais ils ont l'habitude du contact avec les touristes. Ceux qui ont étudié par exemple l'histoire, ou le droit, ou la géologie, dans les villes universitaires de Marrakech ou d'Agadir, n'ont l'expérience ni de l'un ni de l'autre mais ils savent lire et écrire, ils maîtrisent les langues européennes et sont plus compétents pour produire un discours sur la spécificité de leurs héritages culturels. Leur formation, prise en charge par des membres expérimentés de la tribu, dure jusqu'à six mois ou un an. Ils sont d'abord employés dans les campings, où ils se familiarisent avec les touristes et expérimentent la structure hiérarchique du travail, puis comme chameliers, puis comme cuisiniers. Quand ils en sont jugés capables, ils sont envoyés en bivouac de une à deux nuits avec des clients de passage. Ce n'est qu'au terme de cette formation dispensée comme une initiation qu'on leur confie enfin la responsabilité d'une caravane.

Les touristes sont convaincus que leurs accompagnateurs sont des Touaregs. Aucune population saharienne ne leur étant plus familière, ils procèdent à une simplification ethnique : pour désigner les populations sahariennes du Maroc, ils emploient indistinctement les ethnonymes « Touaregs » ou « Berbères » comme des termes génériques. Bien qu'ils ne soient ni l'un ni l'autre, les guides nwâjî ne les détrompent pas. Renonçant à une alphabétisation ethnologique, ils s'approprient les stéréotypes qui ont produit au fil des péripéties de la conquête coloniale l'ethnicité touareg comme paradigme de l'autochtonie saharienne (Pandolfi 2004). Cependant, cette appropriation nécessite d'être inscrite dans des contextes performatifs différents. En présence de touristes, l'identification est graduée : certains guides vont jusqu'à reconstruire leur généalogie en s'inventant des parentés fictives avec des Touaregs d'Algérie. D'autres se limitent à ne pas décevoir les touristes qui les qualifient de Touaregs. Même des femmes nwâjî peuvent se dire touarègues devant des touristes occidentaux : elles produisent alors un équivalent paradoxal avec le terme '*Arâb*, « Bédouins ». Entre eux, guides et chameliers jouent à se qualifier mutuellement de Touaregs par dérision. - « Ah ! Il est beau le Touareg ! », disent-ils de celui qui rechigne à effectuer une tâche ou qui se trompe de direction pour la caravane. Face aux populations des oasis du Sud marocain, il en va tout autrement : les Nwâjî et *a fortiori* leurs femmes ne se disent jamais Touaregs mais exclusivement '*Arab*

8. Chaque saison, des accidents se produisent : véhicules renversés par des chauffeurs en état d'ivresse, touristes égarés et retrouvés morts de soif.

ou *chorfa*, « descendants du prophète ». Face aux autres nationaux, de Marrakech par exemple, ils s'assument « Sahraouis » – identité de construction récente et qui prend en compte les données géopolitiques de la zone. Face aux autres tribus nomades de ce coin du Sahara, ils sont des Nwâjî, identité qui renvoie cette fois au mythe des origines et à l'idéologie du maraboutisme.

Tableau 1 : Foyers d'identification : jeux d'échelles

Nwâjî	Lignage maraboutique des 'Arîb	Echelle lignagère
'Arîb	Confédération de tribus arabophones de dialecte hassaniya des confins algéro-marocains	Echelle régionale
Sahraouis	Populations de dialecte hassaniya nomadisant entre l'Algérie orientale et l'ex-Sahara espagnol	Echelle nationale
'Arâb	Bédouins arabophones	Echelle transnationale Terme générique
Touaregs	Populations berbérophones du Sahara central (Algérie, Mali, Niger)	Echelle transnationale. En contexte touristique, tend à devenir un terme générique pour désigner les populations sahariennes
Hommes bleus	Autochtones du Sahara (désignation occidentale)	Echelle globale

Les guides ont donc pleinement conscience d'être des Nwâjî de tradition nomade et réputés *chorfa*, même s'ils n'exercent plus, ou très peu, d'activités liées à la connaissance de la religion⁹. Les enfants ou les petits-enfants de cette première génération de guides ne risquent-ils pas de se dire Touaregs avant de se penser Nwâjî ? Si le nom a pleine valeur sociale, l'identité d'un groupe ne peut se réduire à l'onomastique. Lors de mes premiers séjours d'enquête, alors que le groupe des guides avec qui je travaillais commençait tout juste à se professionnaliser, leur petite entreprise avait pour nom : « Caravane Touareg ». Quelques années plus tard, leur réussite sociale leur permettait de se délivrer d'appellations aussi grossières. C'est que, entretemps, mon travail d'enquête les avait conduits à modifier leur travail d'interprétation de leur culture. Suite aux entretiens que nous eûmes concernant leurs origines et leurs traditions, ils évaluèrent que ce qui était digne d'intérêt pour un ethnologue pourrait l'être tout autant pour un touriste. Ils me demandèrent de rédiger de courtes présentations du groupe où il était signifié qu'ils étaient « des Nwâjî de confédération 'Arîb ». Ils les affichèrent sur la vitrine de leur agence et

9. Les groupes maraboutiques avaient pour fonction de superviser les élections des chefs et de servir de médiateurs dans le règlement des disputes. Ils fournissaient la logistique et les témoins du serment collectif, offraient un sanctuaire, servaient de bureau de placement et de centre d'informations, géraient les charges tribales, fournissaient un leadership en cas d'agression, justifiaient le *statu quo* intertribal (droits de pâturage limités en temps et en espace) et en garantissaient les liens (hospitalité, commerce et fêtes saisonnières). Ils protégeaient les voyageurs et faisaient intervenir la bénédiction divine (Gellner 1969).

le voyageur français les diffusa dans ses brochures. Ils n'hésitent même plus à se dire Sahraouis : depuis la fin des années 1990, plus aucun conflit avec le Polisario n'agitant le Sud marocain et les autorités politiques ainsi que l'opinion marocaine tenant pour légitime et irréversible l'occupation du Sahara occidental, les Sahraouis sont reconnus comme une force sociale, démographique et économique avec laquelle il faut compter. Certains Marocains pensent même qu'ils sont « protégés » et qu'ils disposent d'avantages particuliers pour le logement ou l'emploi. Enfin, les dynamiques locales suivent l'évolution des flux globaux du tourisme saharien. Les voyageurs spécialisés dans les destinations sahariennes jugent épisodiquement préférable de suspendre leurs circuits en Algérie et au Niger. Ils détournent alors leur clientèle vers le Maroc et la Mauritanie, deux pays sur lesquels paraissent de plus en plus d'ouvrages diffusant l'image de populations bédouines représentant « la dernière grande aventure nomade » (Balta 1983).

Entre représentations fictives et entités réelles, on voit donc les guides issus des tribus bédouines manipuler des « régimes d'altérité » (Abélès 2008), dont les assemblages ou les disjonctions servent l'institution d'une « culture » du nomadisme – la pratique restant, elle, jugulée par l'État de diverses manières, et stigmatisée par les citadins. On ne saurait donc conclure à une « invention » de la tradition ou à un artifice des énoncés identitaires. Les guides nwâjî procèdent à des métissages où les permanences le disputent aux innovations. Leur identité a toujours connu des polarités multiples auxquelles se rapportaient des ethnonymes différents – ne serait-ce qu'en vertu du système segmentaire. Si les catégories coloniales ont préfiguré un processus d'ethnisation, on voit ce processus réapproprié à des fins symboliques et stratégiques.

Mobilités et métissages

Bien que la revendication d'autochtonie des Nwâjî se fonde sur un droit du sang (être de descendance nomade), du sol (être natif de la région), et sur un héritage culturel (compétences à se déplacer dans le désert), elle n'est pas consensuelle. Elle est toujours susceptible d'être contestée par des concurrents, et même par les touristes : le *Guide du Routard* continue avec une belle constance de classer comme « faux-guides » les indigènes coiffés d'un chèche bleu, tandis que ceux coiffés d'un chèche noir sont qualifiés de « vrais nomades ». Des jeux de miroir étranges se dessinent ainsi : lorsque, en 1994, le voyageur français rencontre un Nwâjî vêtu de fripes occidentales et flanqué de chameaux bruns, il pense ne pas avoir à faire à un « vrai nomade ». En retour, le chamelier nwâjî estime ne pas devoir faire confiance à un voyageur qui porte des cheveux longs, un jean sale et une boucle d'oreille.

La plupart des randonneurs aiment se travestir : dès leur arrivée, ils achètent des chèches sur le premier marché venu. Croyant se transformer en nomades, ils se déguisent en touristes. À leur contact, les guides ressemblent de plus en plus à des Occidentaux. Pourtant, s'ils portent occasionnellement jeans, casquettes et chaussures de sport lorsqu'ils sont en attente de clients dans les campings et les agences, il leur arrive de s'habiller d'une gandoura bleue lorsqu'ils sont touristes à leur tour, à Marrakech ou à Paris. Ces manipulations de signes montrent combien l'authenticité n'est qu'interprétation sans cesse renégociée. Localement, l'autochtonie procède de la même logique : elle ne tient pas à l'origine de l'individu mais au jeu complexe des évaluations consensuelles produites par les acteurs sociaux. Le secteur touristique étant très concurrentiel, la reconnaissance reste fragile et discutée sur fond continu de rapports de force.

Comme on l'a observé ailleurs, une population locale est rarement homogène. Ce sont plusieurs groupes socialement déterminés qui sont amenés « à se définir et à se distinguer dans l'interaction touristique » (Géraud 2002 : 448). Les articulations sociales des différences s'appuient sur des négociations complexes qui cherchent à stabiliser des permanences mais aussi à s'autoriser des hybridations. On est en présence d'expériences de plus en plus composites : non seulement des Européens s'implantent dans la vallée du Drâa pour y entreprendre une activité dans le tourisme mais, plus significativement, de plus en plus de prestataires locaux s'associent avec eux. Outre que le partenariat garantit un élargissement du marché, un partage de savoir-faire, ou même l'acquisition d'un label de « tourisme durable », il permet d'évincer des concurrents.

À Zagora, les hiérarchies s'ordonnent de la manière suivante : au bas de l'échelle sociale, les anciens esclaves dénommés *'abîd*, puis les *harâtîn*, métayers noirs des palmeraies rétribués au cinquième de la récolte, les *'Arab*, bédouins arabophones des steppes qui se disputent la position de suzeraineté avec différentes tribus berbères des Aït Atta, puis les descendants de la puissante confrérie religieuse des Nâciriyn et de la dynastie régnante des Alaouites. À ces groupes implantés, s'ajoutent des allochtones autres que les touristes : des travailleurs saisonniers, des fonctionnaires venus du Nord du pays, et de plus en plus d'Européens qui créent des hôtels, des circuits et des maisons d'hôtes. On est donc face à un ordre social pluriel que les enjeux économiques et symboliques du tourisme contribuent à rendre très compétitif.

Les solidarités lignagères restent premières. Par exemple, les Nwâjî ne recrutent de guides que parmi les Nwâjî. Ils n'emploient comme chameliers que leurs anciens esclaves Oulad Sidna Bilal et des berbères Aït Khebbache avec lesquels ils ont des relations séculaires sanctionnées par des alliances (*debiha*). Leurs tentatives de s'associer avec des Berbères du Haut-Atlas pour mettre en place des formules mixtes « montagne et désert » qui auraient permis de drainer une clientèle commune et de tirer parti du caractère saisonnier des prestations (faible fréquentation en montagne les mois d'hiver, au Sahara les mois d'été), ont toujours échoué. Multipliant les intermédiaires, les commissions et les pots de vin, les transactions conduisaient à voir les bénéfices se réduire comme peau de chagrin. Les contrats passés avec les étrangers se révèlent donc plus fructueux et pérennes que la coopération avec des Marocains se situant hors champ des solidarités tribales.

On a gardé en mémoire le désaccord qui opposa un guide nwâjî au fondateur d'un écomusée situé dans le village d'Oulad Driss, à cinq kilomètres en amont de Mhamîd. Des mannequins de récupération portaient des vêtements cérémoniels des mariages arabes et berbères. Le guide nwâjî contestait l'authenticité de l'époux « arabe » et la discussion ne débouchant sur aucun consensus, il fit valoir que le fondateur du musée, Berbère et natif d'Oulad Driss, ne connaissait rien aux traditions des Arabes et n'avait pas de légitimité à créer ce musée parce qu'il avait quitté son village pour aller étudier à Marrakech pendant plusieurs années. Lui-même avait pourtant une expérience de la mobilité, puisqu'il avait pour habitude de passer les mois d'été en Suisse auprès d'une ancienne cliente dont il avait un fils.

À la fin de la saison touristique, les guides nwâjî mettent en effet à profit leur carnet d'adresses pour effectuer des visites en Europe, principalement en France, avec une étape à Paris. Ils inversent alors les positions de visiteur et de visité. Toutefois, leur pratique touristique est totalement différente de celles des Européens au Maroc. Ils ne « visitent » pas les nombreuses localités où ils séjournent mais ils s'insèrent dans une vie de quartier, à partir d'un bistrot qu'ils choisissent comme lieu central de leur sociabilité

(Cauvin Verner 2007 : 286-290). À l'occasion de ces séjours, ils développent leurs compétences à exercer un travail de médiation culturelle et à paraître d'authentiques Bédouins. Ils perfectionnent leur connaissance des langues et se familiarisent avec les stéréotypes qui dessinent les attentes de leurs clients. Ils constituent des réseaux utiles au développement de leur activité. De retour au Maroc, ils ont gagné un prestige social qui légitime leur activité de guide et leur éventuel pouvoir représentatif de la communauté. Leur production d'autochtonie n'aboutit donc pas à la constitution d'un territoire clos mais au contraire d'un espace d'ouverture où ils deviennent de plus en plus cosmopolites (Friedman 2007 : 10).

Il en est de même pour ceux qui ont eu la chance de partir étudier dans les grandes villes du Maroc et qui, sans emploi, reviennent au pays s'engager dans le tourisme : contrairement au chamelier qui ne comprend pas le plaisir que peuvent éprouver des touristes à marcher pendant des heures et sans aucun but sous un soleil de plomb, ils sont en mesure d'« objectiver » leur culture, voire de l'idéaliser. Dans leur expérience de la mobilité de circulation ou de transplantation, une nostalgie s'est construite pour leur milieu d'origine. Cette nostalgie les conduit à se réapproprier un héritage culturel, une conscience de groupe, dont ils estiment légitime d'être les porte-parole lorsqu'ils reviennent s'installer définitivement ou même temporairement au village d'où ils sont partis.

Un certain nombre de guides nwâjî, qui se sont liés durablement à une étrangère, sont partis s'installer en Europe. Certains ne reviennent que le temps de leurs congés, les autres le temps d'une saison touristique – on ne sait plus alors laquelle de leurs résidences est secondaire par rapport à l'autre. À quel moment un émigré cesse-t-il d'être le représentant de sa communauté et n'est-il plus habilité à parler en son nom ? La modernisation des transports facilite les allers-retours et, dans cette dynamique, les traits identitaires ne se dissolvent pas nécessairement. Les mouvements migratoires des guides ne sont pas réductibles à une expérience unilatérale d'acculturation. Ils ne sont pas déterritorialisés. Loin de verser dans les valeurs individualistes de la modernité occidentale, on les voit cultiver les liens traditionnels basés sur la parenté. Certains, après des années passées avec une étrangère, reviennent auprès de leurs parents pour y épouser la fille de leur oncle paternel conformément aux règles de l'endogamie qui s'impose aux *chorfa*. Ils s'appliquent à systématiser leurs coutumes et à diffuser un patrimoine culturel dans la trame duquel se tisse leur autochtonie.

Vers un essentialisme stratégique

L'activité touristique est susceptible de contribuer au renforcement d'une *agency* : l'organisation de circuits de randonnées permet aux Nwâjî de reconstituer un troupeau de dromadaires, de se réapproprier un territoire et de redonner vigueur à des institutions bédouines immémoriales, comme la tradition du prêt de bétail. À la faveur de la mobilité internationale qu'autorise le tourisme, le groupe perpétue une tradition de diversification des activités économiques spécifique aux tribus bédouines qui, selon les aléas climatiques, démographiques, économiques ou politiques, ont toujours dû procéder à des rééquilibres en s'orientant alternativement vers l'élevage intensif, la guerre, l'agriculture ou le commerce (Khazanov 1983). Les archives en font état : les Nwâjî étaient aussi bien des éleveurs, des caravaniers et des pillards, que des commerçants et des propriétaires d'oasis. Leur pluriactivité et leur mobilité actuelles ne résultent donc pas tant d'un processus

d'hybridation que de la perpétuation d'un *ethos* bédouin. Leur implication dans un certain nombre d'ONG de défense du nomadisme, de coopératives pour le développement de l'artisanat, ou d'écomusées de la vie oasienne, couplée à leur dynamique migratoire, œuvre à maintenir les liens à l'identité collective par-delà les frontières. Toutefois, ces initiatives restent très individualisées. À travers des mobilisations portant en apparence sur des objectifs économiques ou sociaux collectifs, ces Nwâjî cherchent à constituer une élite susceptible, très concrètement, d'évincer ses concurrents, de renforcer son pouvoir économique, d'avoir accès à la mobilité, d'exalter son charisme pour devenir le porte-parole politique du groupe. Soutenus par les touristes, ils peuvent parler fort, mais pour défendre quels intérêts ? Prenons quelques exemples.

Une constellation de coopératives étatiques ou privées se développe aujourd'hui au Maroc, en milieu rural ou périurbain, pour remédier à la misère économique et sociale. L'élan fut donné en 1986, lorsque des immigrés en France, candidats au retour après la fermeture de l'usine Péchiney d'Argentières dans les Hautes-Alpes, créèrent l'Association Migrations Développement (AMD), pour contribuer à l'équipement des villages du Sud et du Haut-Atlas affaiblis par l'immigration. Afin d'aider les femmes du village d'Oulad Driss marginalisées par un veuvage ou un divorce, des guides nwâjî y montèrent une coopérative de tapis dont on ne peut pas dire qu'elle contribua à revitaliser l'économie locale. Le village ignorait la tradition du tissage de tapis : ils durent faire venir deux ouvrières de la région de Chichawa, située à quatre cents kilomètres au nord, et acheter de la laine industrielle fabriquée en Espagne. Le travail de ces femmes était faiblement rémunéré et vécu comme une épreuve sociale : dès qu'un avenir matrimonial se présentait, elles quittaient leur emploi. La faible production de la coopérative ne laissait pas présager la diffusion des techniques de tissage. Le gros des tapis était acheté au sud de Ouarzazate, dans le gros bourg de Tazenakht spécialisé dans la fabrication de tapis. Le négoce de la coopérative ne fit donc qu'enrichir quelques Nwâjî.

Alors que la tendance actuelle est à délaisser les vieilles maisons en terre pour bâtir en ciment, certains entrepreneurs nwâjî commencent à acquérir des maisons traditionnelles dans les ksars bénéficiant d'un programme de restauration financé par l'Unesco, pour les transformer en écomusées. Cette promotion d'une esthétique ruraliste et traditionaliste fait écho à un engouement tout autant occidental que national pour les savoirs et techniques supposés archaïques et menacés de disparition. En effet, au Maroc, les écomusées sont très en vogue depuis le début des années 2000. Les sociologues nationaux recommandent de « briser le stéréotype du rural inculte » en investissant dans la création de musées ruraux « où archiver le passé pour ne pas le perdre en mémoire » (Mernissi 2003 : 89; 96). Participant de cette politique globale de patrimonialisation de la culture rurale qui témoigne d'une nostalgie pour ce qui s'efface et d'une quête de signes identitaires, on voit aussi les casbahs, où plus personne ne veut habiter, être l'objet de coûteux programmes de réhabilitation – notamment à N'Kob, où ils s'accompagnent d'une valorisation de la culture Aït Atta censée amplifier la fréquentation touristique. Effet retour de la concurrence, l'autochtonie des entrepreneurs contribue à légitimer les entreprises culturelles. Elle en valide le contenu.

On observe également une compétition à qui œuvrera le plus efficacement dans le domaine du développement, au travers des ONG qui s'implantent de façon croissante dans le sud de la vallée du Drâa à la faveur du tourisme. Comme on l'a vu, de nombreuses agences locales de circuits de randonnées fonctionnent en association avec des partenaires

européens. Ces partenaires adhèrent fréquemment aux différentes chartes du tourisme « durable », « équitable », ou « responsable ». Par exemple, le voyageur Croq'Nature, affilié à la Fédération Loisirs Vacances Tourisme, fonctionne lui-même en partenariat interne avec une association d'aide aux populations... touaregs : 6% du chiffre d'affaires finance une aide au développement au Maroc, au Mali, en Algérie, en Mauritanie et au Niger¹⁰. Cette aide est incontestablement distribuée; pourtant, les guides du Sud marocain ne manquent pas de soupçonner le voyageur d'instrumentaliser une éthique humanitaire à des fins purement commerciales. Ils estiment devoir être les seuls promoteurs de la solidarité locale.

Les guides nwâjî ont ainsi créé, en 1999, leur propre ONG : « Azalaï ». Financée par les recettes des circuits de randonnées, elle a pu mettre en œuvre, en quatre ans, six puits, un dispensaire et une école sur le territoire pastoral dévolu aux 'Arîb, ainsi qu'un centre d'alphabetisation dans le village d'Oulad Driss. Elle leur donne une forte légitimité mais auprès de qui ? Ils sont « autoproclamés ». Se pose alors la question de leur représentativité. Ils fondent leur légitimité sur leur proximité avec le terrain, sur leurs capacités à y expertiser les besoins et à y répondre efficacement. Sont-ils toutefois les porte-parole des nomades du Sud marocain ? Elus locaux et représentants des ONG rivalisent de leurs compétences et de leurs rapports d'activités pour s'approprier le monopole de la survie d'un pastoralisme qu'ils ne pratiquent plus depuis longtemps. Leur engagement ne traduit aucun désaveu de l'État-nation. On remarque par exemple que les guides nwâjî ne réclament pas l'autodétermination du Sahara occidental. Ils cherchent plutôt à acquérir une sorte de citoyenneté culturelle non contrôlée par les élites bourgeoises nationalistes, qui leur reconnaîtraient le double droit à la différence culturelle et à l'action participative pour une démocratie plus effective. Seuls les pasteurs nomades en activité menacent encore de sédition à l'occasion des conflits pastoraux. Les ONG n'interviennent pas directement en leur faveur. Mais selon l'appartenance tribale de leur représentant, grâce à leur visibilité transnationale, elles contribuent à modifier le rapport de force et, de fait, les arbitrages.

Sur les cartes de vœux du voyageur Croq'Nature, il est écrit que « si tu vois des hommes du désert, dans la foule, même sur les Champs Élysées, tu les reconnais à leur pas souple, à leur regard, et tu les sens à leurs pensées »¹¹. À ressaisir ainsi leur territoire par la promotion touristique de leur culture, les guides nwâjî ne se regardent plus comme des gens complètement ordinaires mais comme les représentants d'un peuple menacé de disparition : le peuple des « Hommes bleus » – matrice d'identification qui, en ce qu'elle efface le différend linguistique, le tracé frontalier et l'historique des guerres tribales, leur permet de figer une image d'eux-mêmes la plus consensuelle possible et la plus efficace à l'échelle transnationale. À l'occasion de l'assemblée générale annuelle du voyageur

10. L'association de voyages Croq'Nature, en partenariat avec l'association Amitié Franco-Touareg, est associée, au Maroc, à l'agence Reima et à l'ONG Azalaï, au Mali, à l'association Echaghil et à l'agence du même nom, au Niger, à l'association ADDS (Alliance pour le développement durable et la solidarité) et à l'agence Agharous, en Algérie, au campement de Toufadet et à l'agence Acacia, en Mauritanie, à l'association El Velah et à l'agence Kaza.

11. La citation est de Deven Paveert, écrivain. Elle est extraite de « Epaves », in *Désert. Nomades, guerriers, chercheurs d'absolu*, Autrement, 1983, p. 220-230.

Croq'Nature, qui comporte un volet formation, des séances de travail consacrées à l'élaboration et à la promotion de nouveaux produits, les guides nwâjî sont mis en présence de guides touaregs Igoraren du Mali, Kel Ahaggar d'Algérie, Kel Ferwan et Kel Ewey du Niger. Entre eux, s'établit une sorte de confraternité de Sahariens. Ensemble et pour la circonstance, ils produisent une autochtonie saharienne globale qui, se jouant des frontières étatiques et des identités culturelles, élabore une ethnicité commune à tous les Sahariens.

Toutefois, si l'action militante des guides nwâjî en faveur de la défense du nomadisme, via la création d'ONG, exprime cette quête idéologique d'une identité qui excéderait les appartenances tribales, le processus n'est qu'idéologique et n'a d'efficacité que transnationale. C'est encore le système segmentaire qui gouverne le choix de l'emplacement des puits financés par l'association Azalaï¹². Sur chaque ouvrage, un écriteau indique la provenance du financement, ce qui assure en retour la promotion des circuits organisés par les Nwâjî, au détriment de leurs concurrents. Guides et chameliers se plaignent souvent de ne pas être rétribués aux tarifs qu'indiquent les brochures des voyageurs et d'être sanctionnés par des retenues sur leurs salaires quand on estime qu'ils n'ont pas fait correctement leur travail. Certains contestent les cotisations forfaitaires qu'on leur impose pour financer un développement qu'ils n'ont pas nécessairement appelé de leurs vœux et dont ils jugent ne pas profiter. L'argent disparaît parfois on ne sait où, à moins qu'il ne profite à une tribu plus qu'à une autre, car la « solidarité nomade » ne joue qu'à l'échelle globale. Sur le terrain, le sentiment d'appartenance reste fiché aux points de segmentation des groupes et le tourisme envenime les luttes d'accès au territoire. L'énoncé identitaire commun n'aurait donc de valeur qu'en termes d'abstraction.

L'autochtonie n'est-elle pas plus transnationale que locale ? Elle ne se donne pas pour elle-même mais se construit dans une multiplicité de rapports sociaux d'identification et de différenciation. Elle n'est pas qu'une construction intellectuelle théâtralisée, réduite à être inefficace. Ni vraie ni fausse, ni jamais tout ni jamais rien, elle est le produit d'une configuration sociale inédite, construite à partir d'expériences partagées sur un territoire donné. Elle engage indiscutablement la reconnaissance d'une identité politique et culturelle au plan local, national, et transnational puisque, paradoxalement, elle se fonde sur une pratique du déplacement, du décentrement qui en fait le lieu d'une juxtaposition de logiques inverses, entre production de la localité et mobilité, entre indigénité et cosmopolitisme, entre nostalgie et aspiration au changement, entre surinvestissement identitaire dans la tradition et volonté d'acculturation aux valeurs occidentales, entre universalisme et individualisme. Dans ce processus d'intensification de l'identité, le tourisme compte pour beaucoup : le métier de guide implique de montrer sa culture, de la rendre voyante, solide, immuable. Jeu d'échelles, grâce aux réseaux transnationaux que tisse l'activité, de minorité régionale discriminée, les Nwâjî sont susceptibles de devenir des représentants légitimes des nomades du Sahara. Au titre allégorique d'Hommes bleus, ils peuvent prétendre au statut d'autochtones.

12. L'emplacement des puits, les estimations de débit et de maillage, relèvent de la compétence des assemblées villageoises, *jemâ'a*. Celles-ci sont susceptibles de discuter le caractère stratégique des projets consolidant la mainmise d'une tribu sur un espace pastoral ou d'une agence sur un site touristique.

Références citées

- ABÈLÈS, Marc, 2008. *Anthropologie de la globalisation*. Paris : Payot et Rivages.
- AUGIÉRAS, Capitaine,
1923. « La pénétration dans le Sahara occidental », *Renseignements coloniaux*, suppl. à *L'Afrique française*, 7.
1921. « Une reconnaissance dans le Sahara marocain », *La Géographie*, 35.
- BALTA, Paul, 1983. « Sahraouis : dernière grande aventure nomade ? », in *Désert. Nomades, guerriers, chercheurs d'absolu*, pp. 171-180. Paris : Autrement.
- BELLIER, Irène, 2008. « Les Nations Unies et la question autochtone : les enjeux de la Déclaration sur les Droits des Peuples Autochtones », Communication orale au séminaire de l'EHESS « Questions autochtones contemporaines ».
- BERQUE, Jacques, 2001. « Qu'est-ce qu'une tribu nord-africaine », in *Opéra Minora*, 2, pp. 161-170. Paris : Éditions Bouchène.
- CAILLIÉ, René, 1996. *Voyage à Tombouctou*, 2 tomes. Paris : La Découverte.
- CAUVIN VERNER, Corinne, 2007. *Au désert. Une anthropologie du tourisme dans le Sud marocain*. Paris : L'Harmattan.
- FRIEDMAN, Jonathan, 2007. "Indigeneity: Anthropological notes on a historical variable", in Minde (ed.), *Indigenous peoples: The challenge of indigeneity, self-determination and knowledge*. Delft: Eburon Academic.
- GELLNER, Ernest, 1969. *Saints of the Atlas*. London: Weidenfeld and Nicolson.
- GERAUD, Marie-Odile, 2002. « Esthétiques de l'authenticité. Tourisme et touristes chez les Hmong de Guyane française », *Ethnologie française*, 32 (3), (« Touriste, autochtone : qui est l'étranger ? »), pp. 447-459.
- KHAZANOV, Anatoly, 1983. *Nomads and the Outside World*. Cambridge: Cambridge University Press.
- KUPER, Adam, 2004. "On the return of the natives", *Current Anthropology*, 45 (2), pp. 261-267.
- MARTIN, A. G. P., 1994. *Quatre siècles d'histoire marocaine*. Rabat : La Porte.
- MERNISSI, Fatima, 2003. *ONG rurales du Haut-Atlas. Les Aït Débrouille*. Rabat : Éditions Marsam.
- PANDOLFI, Paul, 2004. « La construction du mythe touareg », *Ethnologies comparées*, 7.

Spatialités et territorialités du tourisme
Dialectique du flux et de l'ancrage dans les Alpes

Bernard DEBARBIEUX, Cristina DEL BIAGGIO, Mathieu PETITE

Résumé : *Cet article propose un cadre général d'interprétation pour analyser le phénomène touristique dans un contexte – celui de la mondialisation – de mise en circulation généralisée des individus, des biens, de l'argent et des images. Il étudie plus particulièrement les stratégies déployées ici et là pour ancrer dans un lieu les flux divers qu'engendre la mobilité touristique, en montrant aussi que cet ancrage au lieu procède souvent d'une mobilisation d'échelles intermédiaires. Cette analyse dialectique, couplant logiques de circulation et d'ancrage, est appliquée aux Alpes, et plus précisément encore, à trois études de cas, le Grosses Walsertal (Autriche), le Val d'Hérens (Suisse) et Chamonix (France) où les stratégies d'ancrage se sont focalisées sur des éléments différents : les liens sociaux, le patrimoine, les valeurs communes.*

Mots-clés : circulation, ancrage, échelles, territorialisation, Alpes, tourisme, patrimoine.

Abstract: *This paper proposes a general frame for understanding tourism in the context of globalization. In this frame, tourism is conceptualized as a phenomenon simultaneously influenced (1) by the growing circulation of people, goods, money and images, that is by growing mobilities; and (2) by the will and the need frequently expressed in touristic places to root the touristic activity. The paper shows that strategies of territorialization of the touristic activities are often conceived at a local and at a "medium" level. After the general presentation of the conceptual frame, the second section of the paper provides illustration with the case of the Alps, through the description of the touristic strategies of three small Alpine regions, Grosses Walsertal (Austria), Val d'Hérens (Switzerland) and Chamonix (France). These case studies illustrate various ways of combining different strategies of territorialization.*

Key words: circulation, rootedness, scales, territorialization, Alps, tourism, cultural heritage.

Les sciences sociales ont fortement insisté sur l'idée que le tourisme met en présence des individus temporairement mobiles et des individus sédentaires (temporairement ou non) qui accueillent ou côtoient les premiers sur leur lieu de destination. De fait, au moment de son « invention », le tourisme a mis en mouvement des personnes qui l'étaient peu ou d'une autre façon et il a amené des générations de citoyens dans des lieux où généralement la sédentarité dominait. C'est encore le cas aujourd'hui dans de très nombreux contextes, notamment quand les touristes occidentaux investissent des sites lointains habités par des populations dotées d'une moindre mobilité ou d'une mobilité de nature peu comparable. Appréhender le tourisme du point de vue de la différence de mobilité, couplé avec d'autres différences, sociales, économiques et culturelles, constitue donc assurément une piste intéressante dont la portée heuristique reste grande.

Toutefois, on ne peut ignorer que dans un nombre croissant de situations, cette différence s'est atténuée, quand elle n'a pas disparu. Quand des touristes du monde entier visitent Londres, New York ou Venise, ils côtoient sur place des gens parfois tout aussi mobiles qu'eux, eux aussi touristes à leurs heures. Quand des touristes se rendent dans les grandes stations littorales d'Europe ou d'Amérique du nord, ils ont affaire à des prestataires de service – hôteliers, commerçants, animateurs, etc. – qui ont souvent, mais à d'autres moments, des pratiques comparables. Autrement dit, s'il est devenu banal d'écrire que le monde occidental contemporain est marqué par des formes de mobilité généralisée (Urry 2005), les recherches sur le tourisme ne semblent pas encore en avoir tiré toutes les conséquences.

Il existe de très nombreuses manières de problématiser ces mobilités croisées. On proposera ici d'adopter un point de vue de géographe, ancré dans une problématique spatiale et territoriale. Une telle problématique articule la prise en compte de la spatialité, conçue comme l'agencement des phénomènes divers qui composent l'espace géographique, et celle de la territorialité, conçue comme l'expression d'une volonté délibérée de construire certains de ces agencements. Les agencements spatiaux et les construits territoriaux dont il sera question ici sont ceux qui participent et résultent de l'activité touristique elle-même. L'analyse mettra l'accent sur la tension qui existe entre les flux divers (de personnes, d'images, de biens, etc.) impliqués dans le phénomène touristique, et les stratégies territoriales d'ancrage adoptées par les populations locales pour réguler ces flux.

Cette façon de problématiser la spatialité et la territorialité, de coupler dans l'analyse circulation et ancrage, a des précédents nombreux en géographie depuis la fin du 19^e siècle. Dans les années 1950, Jean Gottmann en a même fait la principale clef de lecture de sa géographie politique. À ses yeux, les États modernes se caractérisent par cette capacité à réguler à leur échelle les flux hétérogènes qui les traversent (Gottmann 1952), notamment à l'aide de ce qu'il appelait « l'iconographie », soit l'ensemble des dispositifs symboliques à même d'attacher les populations à leur territoire national. Dans les années 1970, un couplage similaire a été théorisé et mis en œuvre par une génération de géographes anglophones qui se sont servis des concepts de *space* et *place*. Le concept de *space* leur a permis d'appréhender l'espace comme un champ sillonné de flux quand le concept de *place* visait à rendre compte des processus par lesquels les individus et les collectifs construisaient des formes d'attachement affectif ou symbolique (Relph 1976;

Tuan 1977). Plus récemment encore, le renouvellement des études régionales, dans le cadre notamment de ce que les anglophones appellent la *new regional geography*¹, a relancé la réflexion en insistant sur le rôle des constructions intentionnelles, symboliques, identitaires et/ou politiques dans l'émergence et la stabilisation de dynamiques régionales. Sans détailler davantage les contributions respectives de ces courants et les différences qui les caractérisent, force est de constater qu'une approche dialectique de ce que l'on propose d'appeler ici la circulation et l'ancrage participe d'un questionnement géographique déjà ancien. Ceci dit, on doit aussi constater que ce dernier n'a pas été véritablement appliqué au tourisme. Notre article, qui se veut général et synthétique, se place dans cette perspective et, en privilégiant un niveau local d'analyse, il s'intéresse à une région d'Europe, les Alpes, caractérisée par des pratiques touristiques intenses et anciennes. Plus précisément, il se focalise sur trois petites régions alpines ayant développé des stratégies d'ancrage différentes.

Le tourisme et ses flux

De quels flux et de quelles circulations parle-t-on exactement ? À défaut de s'intéresser à toutes les formes de flux possibles, on s'arrêtera sur celles qui semblent avoir le plus d'implications dans les pratiques de territorialisation auxquelles cet article s'intéresse : la circulation des images et des modèles, les flux de biens et d'argent, et les déplacements de personnes.

Ces flux et leurs implications territoriales ont fait l'objet d'une attention particulière de la littérature académique de ces dernières années. Les nombreux auteurs qui se sont intéressés à la mondialisation, en prenant en compte la multiplicité de ses différentes formes – économique, informationnelle et culturelle notamment –, ont bien montré que ces différents flux avaient des effets combinés. Ils engendrent de nouveaux rapports à l'espace (Appadurai 1996; Featherstone, Lash, Robertson 1995; Offner, Pumain 1996), des formes renouvelées d'identité locale et régionale (Castells 1999 [1996]; Hannerz 1996) et de nouvelles territorialités (Raffestin 2006; Tarrus 2000). Dans cet article, on propose de retenir trois grands types de flux dont on pense qu'ils jouent un rôle décisif dans la construction spatiale et territoriale de l'activité touristique et de ses effets périphériques.

- *Les flux d'images et de modèles* d'abord, ont fortement marqué l'évolution des attentes et des offres touristiques. Le tourisme alpin repose sur un nombre certes croissant de modèles culturels, mais ceux-ci restent peu nombreux. Les représentations qui ont prévalu aux origines de ce tourisme – singularité du milieu naturel, esthétique paysagère, étrangeté des sociétés perçues comme traditionnelles et proches des rythmes de la nature (Reichler, Ruffieux 2000; Tissot 2000), préoccupations de santé aussi – subsistent aujourd'hui. D'autres représentations s'y sont ajoutées, ouvrant le vaste champ des pratiques sportives et kinesthésiques (alpinisme, ski et spéléologie d'abord, parapente et canyoning plus récemment). Ces représentations et ces pratiques, dont plusieurs ont été inventées dans les Alpes elles-mêmes, se sont déployées à l'échelle de la chaîne toute entière, et même pour beaucoup à l'échelle de très nombreuses chaînes de montagnes à travers le monde (Debarbieux 1997). Dans beaucoup de régions de montagne, on a assisté à l'adoption de modèles d'équipement et d'aménagement très similaires, notamment dans et autour des stations de ski.

1. Pour une présentation et une analyse critique, voir Bradshaw 1990; Holmén 1995.

- *Les flux de biens et d'argent* ensuite, constituent une dimension bien connue de la mobilité touristique. Activité de consommation, le tourisme suppose l'accès à des biens et des services via des transactions monétaires. Le propre des biens échangés dans ces circonstances est de disposer d'une valeur symbolique importante, liée aux modèles culturels auxquels les pratiques touristiques les rattachent. Les pratiques gastronomiques, le commerce d'images (photos, affiches, cartes postales, etc.) et des produits de l'artisanat participent de l'expérience touristique. Pris dans leur ensemble, les transferts d'argent liés à l'ensemble de ces transactions sont considérables, au point de contribuer fortement, voire majoritairement, à l'activité économique des régions alpines. L'adoption d'une monnaie unique, l'euro, dans la plupart des pays alpins, a contribué à fluidifier encore la circulation monétaire. Elle a aussi contribué à généraliser l'évaluation marchande des prestations, lesquelles, une fois monétarisées et devenues commensurables, sont de plus en plus systématiquement rapportées les unes aux autres. La montée en puissance somme toute assez récente des grands opérateurs, dans l'immobilier et les remontées mécaniques principalement, tend aussi à faire primer des logiques de rentabilité financière des investissements sur toute autre considération.

- *La mobilité des personnes* enfin, par laquelle se définit avant tout le tourisme. On évalue ainsi à 500 millions par an le nombre de nuitées passées dans les Alpes à des fins touristiques, ce qui en fait une des plus fortes concentrations de ce type dans le monde (Bätzing 2003). Par ailleurs, comme dans la plupart des régions touristiques d'Europe, les populations résidentes sont elles-mêmes promptes à se muer en touristes. Cette mobilité est proportionnellement plus forte encore dans les principales stations touristiques, puisqu'à la circulation touristique s'ajoute celle liée au caractère saisonnier et aux parcours professionnels des prestataires de services. Dans les Alpes, comme dans beaucoup d'autres régions, on a donc affaire à des mobilités croisées qui, d'une certaine façon, banalisent les pratiques des visiteurs aux yeux des résidents.

Stratégies d'ancrage

Si l'enchevêtrement de ces différents flux est inhérent au phénomène touristique, il porte aussi en lui plusieurs risques : banalisation des lieux, déstructuration des complémentarités fonctionnelles locales, appauvrissement des relations sociales de proximité. Ce type de constat a été fait pour quantité d'autres contextes géographiques, dans les centres-villes et les zones commerciales notamment (Mangin 2004). Toutefois, l'enjeu apparaît particulièrement important dans les régions touristiques des Alpes dans la mesure où la culture touristique et les processus sociaux d'auto-identification (Poche 1996) valorisent depuis longtemps les idées de cohésion sociale et de singularité locale nées d'un rapport particulier avec l'environnement, quitte à ce que ces représentations prennent à l'occasion la forme de stéréotypes. Pour ces raisons, les sociétés rurales alpines attachent une importance particulière à l'expression de leur singularité quand elles ont conscience que cette dernière constitue une ressource symbolique nécessaire à leur identité collective et une ressource économique, nécessaire au développement touristique.

Dans ce contexte, les initiatives portées localement pour souligner, mettre en scène, voire travailler ces singularités et réguler les flux de circulation expriment un souci de territorialiser ces flux, de les ancrer dans les lieux. Toutefois, si l'objectif est commun, les modalités de mise en œuvre sont variées. On différenciera ici quatre stratégies différentes : celles qui visent à construire l'image de la singularité des lieux, celles qui

ambitionnent de recréer des systèmes locaux d'échange de biens, celles qui cherchent à travailler les liens sociaux, et enfin celles qui puisent dans les ressources disponibles à l'extérieur pour alimenter ce travail d'ancrage. Ces stratégies d'ancrage peuvent souvent être adoptées isolément les unes des autres. Dans les faits, elles sont souvent combinées dans de véritables projets de territoire, comme le montrent les cas des petites régions alpines étudiées dans cet article.

- Le Val d'Hérens² est une vallée latérale du canton du Valais (Suisse). Il compte sept communes dont les trajectoires en matière de développement sont très différentes. Certaines ont connu un tourisme très ancien mais peu intensif (Evolène, Arolla); d'autres, notamment avec la station de Thyon, se sont essayées au tourisme de sports d'hiver (Mayoraz 2003). D'autres communes encore, comme Saint-Martin, bien moins touristiques, conjuguent depuis trente ans déclin économique et vieillissement de leur population. Dans l'ensemble, la faiblesse du développement touristique du Val d'Hérens contraste avec le haut niveau d'infrastructures des stations des vallées voisines (Verbier et Zermatt). Par ailleurs, comme la vallée débouche sur la ville de Sion, chef-lieu du canton du Valais, ces mêmes communes voient augmenter rapidement la proportion de leurs résidents travaillant en journée à l'extérieur.

- Le Grosses Walsertal³ est une vallée périphérique de la province du Voralberg (Autriche), une des régions alpines les plus dynamiques d'un point de vue économique et démographique, grâce notamment à son excellente accessibilité au croisement d'axes de communication majeurs qui relie l'Allemagne à l'Italie et l'Autriche à la Suisse. Le tourisme dans la province est ancien et prospère, en particulier dans un nombre considérable de stations, grandes et petites, dont la qualité des services a été dernièrement soulignée⁴. Parmi ces vallées touristiques, le Grosses Walsertal se distingue par une stratégie ambitieuse de développement régional et environnemental (Schermer 2002) autour de la création d'une « Réserve de biosphère » labellisée par l'UNESCO⁵.

- Chamonix⁶ est la commune de Haute-Savoie (France) dont le développement touristique est à la fois le plus ancien (sa notoriété est acquise avec la visite des premiers voyageurs anglais en 1741 et l'ascension du Mont Blanc en 1786) et le plus intense : on dénombre environ 65 000 lits touristiques et près de 5 millions de visiteurs par an⁷.

2. Les stratégies de développement dans cette vallée ont été plus particulièrement étudiées par Mathieu Petite dans le cadre d'une recherche doctorale. Les entretiens ont été conduits entre 2005 et 2007.

3. Cette étude de cas s'appuie sur des entretiens réalisés par Cristina Del Biaggio durant l'été 2007 auprès de maires de quatre communes (Raggal, Thüringerberg, Sonntag et St. Gerold) et des responsables de la réserve et du réseau de communes alpines Alliance dans les Alpes.

4. Une étude récente d'un institut de recherche suisse, le BAK Basel Economics, classe plusieurs stations du Voralberg parmi les meilleures des Alpes de ce point de vue (Kämpf et Hunziker 2008).

5. On trouvera une présentation de la Réserve de biosphère Grosses Walsertal par sa manager, Madame Birgit Reutz-Hornsteiner, à l'adresse internet suivante : www.unesco.org/mab/news/reutz_MB.pdf

6. Les stratégies de développement touristique à Chamonix ont été étudiées et suivies par Bernard Debarbieux depuis 1986 (Debarbieux 2001). Les transformations sociales récentes ont fait l'objet d'études complémentaires à la demande de la mairie et de l'office du tourisme. Les rapports d'études sont disponibles sur le site internet suivant : www.sommets-tourisme.org

7. Statistiques fournies par l'observatoire communal du tourisme, Ville de Chamonix.

Ce développement, longtemps resté aux mains des familles locales, a pris de l'ampleur avec l'arrivée de capitaux suisses et français dès la fin du 19^e siècle (Debarbieux 2001). Il a suscité une immigration massive – la commune compte désormais près de 10 000 habitants – et, de fait, un fort brassage des populations.

Ancrer les flux d'images et travailler la singularité des lieux

Le risque de banalisation des sites et des expériences touristiques est bien connu (MIT 2002). L'intense circulation des images et des modèles de pratiques et d'aménagement menace de ramener ces sites et ces expériences à de simples occurrences de formes typifiées. Les professionnels de la communication touristique, en charge de promouvoir des lieux et non des pratiques génériques, ainsi que de nombreux habitants des régions concernées, ont pris la mesure de ce risque depuis longtemps. Ils ont alors cherché à développer des initiatives visant à promouvoir des singularités locales susceptibles de spécifier l'expérience touristique. Ces stratégies ont misé sur les spécificités du lieu lui-même, promues au statut de marqueurs touristiques (tel sommet, tel site naturel, tel monument, etc.), mais aussi sur les spécificités des liens, notamment patrimoniaux, que touristes et résidents entretiennent avec lui.

À Chamonix, les professionnels du tourisme ont pris conscience du risque de banalisation du site au cours des années 1970, période d'intense urbanisation et d'équipement des domaines skiables. Ce développement a notamment pris la forme d'une standardisation des formes architecturales et de la communication touristique de la station. En réaction, depuis le milieu des années 1990, la municipalité et l'office du tourisme, souvent en partenariat avec des associations locales, ont entrepris d'affirmer la singularité du lieu de plusieurs façons : en réorientant la communication touristique de la station vers la haute montagne (paysages glaciaires, sports extrêmes, le Mont Blanc, etc.) par exemple, ou bien en multipliant les initiatives visant à rappeler le passé touristique de la station et ses spécificités (notamment à travers des expositions de documents d'archives et de photographies anciennes et la création d'un Festival des Sciences exploitant le couplage très ancien entre activités touristiques et scientifiques dans la vallée). La commune a aussi veillé à ce que le nom de Chamonix soit protégé et puisse être utilisé comme une marque, ceci afin d'éviter des utilisations contradictoires en termes d'image.

Une stratégie de singularisation par la communication et la labellisation a aussi été retenue dans le Grosses Walsertal. La création de la Réserve de biosphère a incité les acteurs locaux à adopter une démarche participative. Cette dernière a conduit à l'adoption d'un modèle (*Leitbild*)⁸ et de plusieurs réalisations visant à spécifier le lieu : un logo, une structure unique d'information et de communication, des labels pour une série de produits agricoles et artisanaux, une stratégie d'image autour de politiques environnementales locales (transport collectif, constructions écologiques, énergie solaire).

Dans le val d'Hérens, la commune de Saint-Martin a procédé à des choix différents pour faire ressortir sa spécificité. En 1982, l'Office Fédéral (suisse) des Transports refuse

8. Ce *Leitbild* résulte d'un processus participatif engagé en 2004 à la faveur duquel la population a été appelée à définir des priorités et des objectifs concrets à atteindre dans les cinq ans. Le *Leitbild* peut être consulté à la page : www.grosseswalsertal.at/emsp/LeitbildundLogo/tabid/89/language/de-AT/Default.aspx (site consulté le 16 mai 2008). La plupart des initiatives prises dans le Grosses Walsertal dont cet article rend compte plus loin sont également présentées sur le site internet de la région.

d'accorder une concession pour construire des remontées mécaniques sur la commune en raison d'une rentabilité estimée trop faible. En 1989, les autorités municipales renoncent définitivement au tourisme d'hiver, décision entérinée par un vote populaire, et réorientent leur stratégie sur le développement rural et la valorisation touristique du patrimoine local. Les investissements sont alors concentrés sur les sites traditionnellement investis par l'économie agropastorale, sur des spécialités locales avec notamment le label « Viande d'Hérens » qui vise à tirer profit de la notoriété d'une race bovine devenue emblématique du Valais dans son ensemble, et sur la réhabilitation des bâtiments existants. Aux yeux des porteurs de cette stratégie, ce choix permettait, mieux que l'aménagement de domaines skiables, de spécifier le développement touristique local :

« On regarde d'abord ce qu'on a, et avant de développer ce que font déjà les autres, on doit se poser la question de qu'est-ce qu'on a qui nous est spécifique. Et qu'est-ce qu'on peut faire d'innovateur ? C'était ça. C'était un peu la protection du patrimoine et dire, ça c'est une chose qui a existé à l'époque. Parce que des forêts il y en a partout, des montagnes, il y en a partout, des pâturages, il y en a aussi dans beaucoup d'endroits, donc ce n'est pas avec ça qu'on peut être innovateur. Mais l'idée de faire un développement en mettant en valeur le patrimoine, c'est-à-dire dans notre réflexion en gardant présent à l'esprit que pendant un certain nombre de siècles on avait vécu comme cela, et ça on aimerait le conserver et le montrer [...] on doit le mettre en valeur, parce que notre patrimoine à nous on le trouve pas nécessairement trois vallées à côté. Tandis qu'un télésiège on peut le trouver dans chaque vallée, il peut être le même »⁹.

Dans les trois contextes étudiés, il y a donc bien une stratégie explicite d'affirmation de la singularité locale, à travers des campagnes de communication, sans pourtant qu'aucune d'entre elles ne paraisse ni très originale, ni très spectaculaire.

Ancrer les flux de biens et d'argent et travailler les systèmes d'échanges locaux

La circulation des biens matériels et de l'argent est elle aussi porteuse d'un risque de standardisation, mais aussi et surtout d'un risque d'affaiblissement des systèmes économiques locaux. La prise de conscience de ce problème a suscité plusieurs types d'initiatives.

L'une d'entre elles, devenue courante dans les pays germaniques, a été adoptée dans le Voralberg dans son ensemble. Il s'agit de la création d'une « monnaie communautaire », le Talent, qui remplace l'euro dans les transactions entre des acteurs économiques volontaires. Ce dispositif vise généralement à amplifier la part proprement locale des échanges en rendant visibles les transactions qui concernent les productions et les services locaux (Blanc 2006; Schröder 2006). Au Voralberg, on met surtout l'accent sur la plus-value économique et les liens symboliques entre habitants et produits locaux : « Avec l'achat de ces Talents vous promouvez le développement soutenable et la valeur ajoutée du Voralberg, parce que le Talent unit les services et produits régionaux avec les clientes et clients de la région »¹⁰.

9. Entretien du 11 décembre 2006 avec l'ancien président de la commune de Saint-Martin.

10. www.grosseswalsertal.at/emp/Produkte/Gutscheine/tabid/274/language/de-AT/Default.aspx

Un autre type d'initiative, plus connu des francophones, réside dans la promotion de produits locaux, commercialisés de façon à mettre en évidence la plus-value conférée par le lieu et les conditions locales de production (par exemple les Appellations d'Origine Contrôlée). En tant que telles, ces appellations (Viande d'Hérens) sont des labels et participent plutôt, on l'a déjà dit, de stratégie de singularisation par l'image. Toutefois, le processus de spécification et de labellisation de ces productions conduit généralement à l'incorporation d'une proportion accrue d'intrants locaux, au nom de la valorisation des qualités du terroir et des savoir-faire. Au Grosses Walsertal, une gamme de produits locaux, de fabrication tantôt ancienne, tantôt récente – le fromage Walserstolz, un thé de montagne, des produits à base d'herbes et plantes autochtones – a été conçue dans le but clairement affiché de tirer un profit économique accru des ressources locales.

Un troisième type d'initiative, bien connu lui aussi, réside dans le développement de circuits courts de commercialisation qui permettent d'impliquer divers partenaires de l'économie locale et d'accroître la part des flux financiers circulant entre ces partenaires. Ce raisonnement est pour partie à l'origine de la stratégie de développement de Saint-Martin en Valais et, plus généralement, de la politique agricole de la Confédération helvétique. Tout en misant sur la valorisation de son patrimoine architectural agropastoral, la commune valaisanne a cherché à coupler les activités agricole et touristique dans leur fonctionnement économique même. Le projet le plus significatif de cette stratégie a consisté à réinvestir les hameaux d'Ossona et Gréféric, abandonnés à la fin des années 1960, d'y installer une exploitation agricole et de transformer les anciens bâtiments en gîtes d'accueil touristique. Ce projet a reçu l'aide financière de l'Office fédéral de l'Agriculture en tant que projet pilote de développement rural régional tout en étant replacé – telle était la condition exigée par l'Office – dans une stratégie étendue à l'ensemble du Val d'Hérens de valorisation touristique des productions agricoles et d'agritourisme. Le même souci de mise en relation de différents acteurs a été à la base de la création du projet « *Genusspechte* » (pacte de la saveur) dans la vallée du Grosses Walsertal, dont le but était l'intensification des liens entre paysans et touristes. Les restaurants de la vallée qui participent à ce projet sont ainsi obligés de proposer une carte avec une proportion préétablie de produits locaux.

Ancrer le lien social et travailler le commun

La circulation des personnes a des implications d'une toute autre nature et suscite des stratégies très différentes. Ces dernières sont peut-être moins analysées que les précédentes par la littérature académique; aussi cet article leur consacre-t-il davantage de place. Ce n'est pas tant ici la cohabitation de touristes de passage et d'habitants du lieu qui justifie une analyse spécifique. Tant que la référence au lieu et l'idée que chacun se fait de sa juste place dans ce lieu sont clairement différenciées, les enjeux socio-territoriaux de l'activité touristique restent modérés. Par contre, dans un nombre croissant de situations, les rôles sociaux et les représentations correspondantes sont bien plus diversifiés et, de ce fait, plus complexes à gérer.

Les résidents secondaires, nombreux dans la plupart des régions alpines, parfois tentés par la multi-résidentialité, voire par l'installation « à demeure » quand leurs activités et l'accessibilité du lieu le permettent, tendent à développer des pratiques d'habitants. Par ailleurs, de nombreux prestataires de services touristiques, salariés ou indépendants, saisonniers ou non, privilégient des stratégies de valorisation économique du lieu

de leur installation au détriment parfois de la qualité des interactions sociales et de la contribution à des projets collectifs. Dès lors, dans les cas extrêmes des grandes stations touristiques fortement marquées par la saisonnalité des activités, comme en Tarentaise (Savoie, France) par exemple, la question de savoir s'il subsiste une « société locale » peut être posée. Conscientes de ces transformations et soucieuses d'influer sur elles, de nombreuses communes alpines ont adopté des stratégies visant à intensifier les relations sociales entre les divers habitants et usagers des lieux et à en diversifier la nature : soutien aux commerces banals de proximité et à la vie associative, promotion d'animations culturelles et sportives et des fêtes locales, démarches participatives portant sur des enjeux de gestion ou d'aménagement, etc.

Dans le Grosses Walsertal, la création de la Réserve de la biosphère, intervenue après des décennies de déclin démographique et économique, a été justifiée dès l'origine par un double souci de développement régional et de maintien d'une vie sociale et culturelle (Lange 2005). Quelques années plus tard, les élus locaux se félicitent des échanges et de l'élargissement du cadre de réflexion que suscite la Réserve :

« On a une réunion tous les mois (Biosphärenparkkuratorium), où les 6 maires se rencontrent. Nous nous rencontrons, et c'est une bonne chose.... Au début [...] c'était contraignant pour moi de se rencontrer tous les mois ! [...] [Mais désormais] j'apprécie beaucoup le fait qu'on se rencontre tous les mois, si on a des problèmes, on peut discuter »¹¹.

Dans la foulée de la création de la Réserve, l'adoption de stratégies environnementales, dont on a dit qu'elles participaient d'une stratégie d'image, a aussi eu pour effet, et peut-être aussi pour motif, de réinventer des formes de sociabilité : un réseau de femmes, « Alchemilla », s'est constitué pour valoriser les qualités gastronomiques et médicinales des plantes de montagne. La mise en place de circuits courts de commercialisation a également été justifiée par le souci de multiplier les liens et les complémentarités entre producteurs, commerçants, restaurateurs et consommateurs. Le lien intergénérationnel a été valorisé et travaillé en tant que tel dans le cadre d'un autre projet baptisé *Lebensfreude* (Joie de vivre), qui s'est donné pour but de promouvoir les activités collectives et proposer « une assistance optimale, humaine et individuelle » aux personnes âgées.

Dans la commune d'Evolène, dans la partie amont du Val d'Hérens, une manifestation baptisée Célébrations Interculturelles de la Montagne (CIME) semble révélatrice de plusieurs stratégies d'ancrage combinées. Organisée depuis 2006, elle permet à des groupes de musiciens et de danseurs « issus exclusivement de régions montagneuses du monde »¹² de se produire en public. À cette occasion, les artisans et les propriétaires de maisons remarquables ouvrent les portes de leur domicile et de leur atelier. Tous ensemble, les acteurs de cet événement contribuent donc à un processus de singularisation des ressources locales, par la valorisation du patrimoine culturel, et participent donc d'une opération de marketing touristique : Evolène « *a su conserver son patrimoine architectural, son patois franco-provençal, le port d'un costume authentique, une agriculture de montagne*

11. Entretien en allemand du 13 juin 2007 avec le maire de Raggal. Traduction de Cristina del Biaggio.

12. CIME-Célébrations interculturelles de la montagne Evolène, www.cime-evolene.ch, site internet de la manifestation (consulté le 14 avril 2008).

vivante et des infrastructures touristiques modérées »¹³. En cela, l'événement prolonge des initiatives locales antérieures, proches aussi de nombreuses expériences conduites dans d'autres contextes, comme les sentiers de découverte du patrimoine bâti et le musée de la vie locale créés à l'initiative de l'association culturelle Evolén'Art dans les années 1990. Mais des interviews conduites auprès des organisateurs montrent que la manifestation vise aussi la population locale avec le souci de construire un attachement des plus jeunes et des nouveaux-venus au patrimoine, aux « traditions » et au caractère « montagnard » de la culture locale : « *montrer [des traditions] à l'extérieur, à des gens de passages, à des autres Valaisans, mais c'est aussi une manière de redécouvrir son propre patrimoine* »¹⁴. Sans être explicitement conceptualisée de la sorte par nos informateurs locaux, cette manifestation s'apparente donc aussi à une opération d'ingénierie identitaire. L'un des organisateurs explique cette initiative par le souci de « *faire quelque chose de sympathique pour la population évolénarde, pour qu'elle se retrouve derrière un projet fédérateur* »¹⁵.

Dans la commune voisine de Saint-Martin, la stratégie de promotion du patrimoine bâti a cherché elle aussi, au-delà des effets déjà mentionnés en termes d'image et de complémentarité entre les activités économiques, à faire travailler la mémoire locale et les continuités symboliques des pratiques et des usages :

*« La stratégie est simple, on n'a absolument rien inventé. Ça vise essentiellement à la sauvegarde du patrimoine, c'est-à-dire reconstruire ce qui a été fait il y a quelques générations en arrière. Il y a eu une prise de conscience politique : si notre génération ne réagissait pas, il y allait avoir tout un patrimoine qui allait disparaître. [...] ce patrimoine pour être construit il a fallu que plusieurs générations s'impliquent, et nous, si on ne réagit pas, il disparaît, alors on s'est dit qu'on devait à tout prix faire quelque chose »*¹⁶.

De plus, dans le projet de réhabilitation du plateau d'Ossona et Gréféric, les autorités communales ont cherché, malgré l'éloignement du site des principaux villages, à impliquer la population locale dans la conduite du projet : remise en état d'une vigne qui sera entretenue par une association de retraités, organisation régulière de manifestations populaires ponctuant l'avancement du projet, etc.

À Chamonix, les initiatives visant à créer du lien entre les habitants et les usagers sont plus originales encore. À vrai dire, le défi était d'une autre ampleur et d'une autre nature. L'attrait du lieu a suscité une fréquentation touristique, une installation de résidents secondaires et une immigration de travail et résidentielle très importantes, cela depuis des décennies. Dans le courant des années 1990, l'installation de plusieurs centaines de citoyens britanniques – environ 15% des résidents selon une estimation récente de l'administration française¹⁷ – a cristallisé l'attention et les tensions. Attirés pour certains par la reprise d'activités économiques sur place (notamment dans l'hôtellerie et la restauration) et, pour

13. www.cime-evolene.ch, idem.

14. Entretien du 15 mai 2007 avec l'un des organisateurs de CIME.

15. Idem.

16. Entretien du 30 septembre 2005 avec le président de la commune de Saint-Martin.

17. La déclaration de résidence n'étant pas obligatoire en France, cette estimation a été communiquée par les Renseignements Généraux à la mairie de Chamonix en 2007.

d'autres, par la possibilité de résider sur place tout en travaillant pour partie à distance dans des entreprises londoniennes¹⁸, ces nouveaux habitants ont été perçus comme mal intégrés et peu soucieux d'intégration. D'autres attitudes ont fait l'objet de discussions publiques : agitation et bruit provoqués par de jeunes touristes adeptes du surf et de la vie nocturne; résidents secondaires supposés n'être motivés que par la défense de leur intérêt personnel; commerçants récemment installés accusés de ne rechercher que le seul profit financier, etc. La municipalité, inquiète de la multiplication des incidents, s'est alors engagée dans une réflexion stratégique sur le devenir de la vallée. Avec l'aide de l'office du tourisme, elle a organisé des réunions ouvertes à tous les habitants et aux professionnels du tourisme pour identifier les « valeurs » susceptibles d'être partagées par le plus grand nombre. Il a été convenu alors de mettre en œuvre deux stratégies.

La première stratégie, visant autant les touristes que les habitants et les résidents secondaires, a consisté à mettre l'accent sur le caractère exceptionnel du site, du Mont Blanc et de la haute montagne en particulier; ce faisant, la politique de communication mentionnée plus haut dans ce texte, cherchant à travailler l'image singulière du lieu, participait aussi d'une réflexion sur la construction d'attachements, sinon d'identités et de sentiment d'appartenance, partagés par ceux entre lesquels il s'agissait de construire du lien social.

La seconde de ces stratégies, plus spécialement adressée aux résidents, a consisté à sélectionner quatre « valeurs » puisées dans l'imaginaire de l'alpinisme dont il était convenu qu'elles puissent imprégner les relations sociales. Ces valeurs – « le respect, la liberté, le dépassement de soi et l'ouverture d'esprit » – ont fait l'objet d'une importante campagne de communication interne, notamment à destination des professionnels du tourisme. La démarche peut paraître aussi ambitieuse que dérisoire, comme s'il suffisait de sélectionner des valeurs et de communiquer autour d'elles pour infléchir la nature des relations sociales entre les personnes concernées. Toutefois, on ne la retient pas ici pour les effets qui sont les siens, que personne n'a entrepris de mesurer si tant est que ce soit possible, mais pour ce qu'elle nous apprend des préoccupations des élites et des sociétés locales dans un contexte touristique d'intense brassage des populations. Elle illustre une façon de concevoir le réinvestissement de la singularité d'un site et des valeurs associées à une pratique emblématique.

Dans ce cas précis, l'association entre valeurs chamoniardes et valeurs de l'alpinisme ne repose pas seulement sur la mise en scène d'une pratique sportive et touristique, si exceptionnelle soit-elle. Elle se rapporte aussi explicitement à l'histoire de la population chamoniarde elle-même et aux références identitaires dont elle s'est elle-même dotée grâce à la notoriété acquise par son environnement paysager et ses guides de haute montagne. Vouloir construire du lien social entre des individus aux trajectoires très hétérogènes mobilisant les valeurs de l'alpinisme n'est donc pas, dans le cas si singulier de Chamonix, une concession faite aux références touristiques. L'opération est conçue, et communiquée d'ailleurs, comme garantissant une certaine forme de continuité dans l'attachement à une pratique emblématique du lien que la population locale entretient, symboliquement plus pratiquement, avec le lieu.

18. L'aéroport de Genève est à moins d'une heure et la desserte fréquente de Londres, notamment par une compagnie à bas coût, rend ce choix de résidence financièrement accessible.

Stratégies d'ancrage et ouvertures sur l'extérieur

Présentées en contrepoint des effets perçus comme problématiques de la montée en puissance des flux liés à l'activité touristique, ces diverses stratégies d'ancrage ne doivent pas être comprises comme autant de signes de repli sur le local et de défiance à l'égard de l'extérieur. En effet, elles visent à accompagner l'activité touristique, voire à contribuer à son développement et à celui des flux qui lui sont associés, tout en les régulant. Ces stratégies s'appuient elles aussi sur des réseaux sociaux et institutionnels variés qui s'inscrivent dans des échelles plus vastes et qui leur donnent accès à des ressources mobilisables dans ce cadre.

Ces réseaux et ressources extérieurs sont de nature très variée. Il y a tout d'abord bien sûr les réseaux professionnels et de l'administration publique dans le cadre desquels certains projets, comme la stratégie de développement agro-touristique de Saint-Martin, prennent corps. Mais il ne faut pas oublier pour autant les réseaux horizontaux destinés à faciliter les échanges d'informations et d'expériences en rapport avec le type de stratégie à construire, et notamment ceux qui s'appuient sur des références alpines et montagnardes présentées comme étant communes.

Le Grosses Walsertal est très intéressant de ce point de vue. L'association des communes est membre de l'*Alliance du Climat*, regroupant 1 400 communes et districts européens, principalement en Autriche et en Allemagne, qui partagent le souhait de développer des stratégies d'économie d'énergie dans plusieurs domaines (mobilité, construction, etc.). Par ailleurs, la Réserve en tant que telle participe activement aux activités d'un réseau alpin des espaces protégés, Alparc, dont le but principal est de faciliter les échanges d'expériences. Plusieurs projets ont bénéficié de financements Interreg. D'autres encore, comme Alchemilla, ont tiré avantage des initiatives transnationales visant à promouvoir le développement local durable dans les Alpes¹⁹. Enfin, les communes ont adhéré ensemble à l'association Alliance dans les Alpes, réseau de municipalités soucieuses de promouvoir un développement durable à l'échelle de la chaîne et de mettre en œuvre au niveau local les principes de la Convention Alpine²⁰. Les personnes interrogées sur place ont souligné les bénéfices de ce réseau en terme d'échanges d'expériences : « *Pour moi c'est déjà une grande aide de savoir qu'il y a des communes qui doivent aussi se battre sur les mêmes enjeux; cela m'apporte déjà beaucoup. Plutôt que de penser 'Je suis seul, je suis le seul à avoir ce problème avec la forêt de protection là haut'. Et cela m'apporte beaucoup* »²¹. À une autre échelle, des liens ont été noués avec des populations plus lointaines, en l'occurrence avec une Réserve de biosphère colombienne, afin de créer un circuit de commercialisation du café produit par de petits producteurs indépendants.

Dans le Val d'Hérens, la commune de Saint-Martin est aussi membre de l'association Alliance dans les Alpes. Le projet de réhabilitation des hameaux d'Ossona et Gréféric a

19. Alchemilla a été financé par le cadre du programme Dynalp2 initié par la Conférence Internationale pour la Protection des Alpes (CIPRA) et financé par la Fondation de droit suisse MAVA.

20. Ce réseau rassemble 250 communes de sept pays de l'arc alpin. Il a une activité régulière autour de séminaires, de concours de projets et de représentations dans les instances de la Convention Alpine. Pour plus d'informations : www.alpenallianz.org/fr (consulté le 20 mai 2008). La Convention Alpine est signée en 1991 par les États alpins et l'Union Européenne visant à coordonner les initiatives des États dans la promotion du développement durable.

21. Entretien en allemand du 13 juin 2007 avec le maire de Raggal. Traduction par Cristina del Biaggio.

été retenu au titre du programme Dynalp1, initié par cette association, mais financé par le programme Interreg Espace Alpin.

Chamonix, enfin, a noué plusieurs jumelages avec d'importantes stations touristiques de par le monde. Elle est membre d'une association de grandes stations alpines – Best of the Alps – dont l'objectif principal est d'aider ses membres à organiser leur promotion commerciale sur les marchés lointains. La mairie et l'Office du tourisme organisent aussi une manifestation annuelle – les Sommets du Tourisme – qui vise à présenter et discuter des expériences de tourisme durable dans des contextes variés.

Ces communes, et les régions alpines qui illustrent dans cet article la variété des stratégies d'ancrage des flux engendrés par le tourisme, ne prônent donc aucune forme de repli, bien au contraire. Leur préoccupation principale réside dans la régulation de ces flux et pour ce faire, une circulation d'informations ciblées constitue une ressource en soi. On observe alors que les espaces de référence dans lesquels les acteurs cherchent à développer les interactions dans chacune de ces trois études de cas sont parfois aussi ceux qui servent de ressources au travail symbolique sur le lien social, pour ce qui touche aux identités collectives en particulier.

Conclusion

Aussi divers soient-ils de par la nature des lieux concernés et des initiatives étudiées, ces exemples ont en commun d'illustrer ce que l'on a proposé d'appeler ici des stratégies d'ancrage ou de territorialisation. Ces stratégies visent à répondre aux craintes suscitées par les circulations induites par l'activité touristique, ou aux effets de celle-ci tels qu'ils sont perçus dans les localités respectives.

Au-delà de ces illustrations, notre étude se veut porteuse d'une proposition générale sur l'analyse du phénomène touristique. Elle suggère que la singularité du lieu et du territoire, habituellement conçues comme étant la condition et la ressource de l'activité touristique, deviennent, une fois l'activité installée et amplement développée, un enjeu d'initiatives sociales et de politiques publiques. Ce changement de statut, du lieu-ressource au lieu-projet, du lieu-donné au lieu-produit, met en évidence la capacité de transformation des lieux dont dispose le tourisme dans l'usage qui est le sien. Par les circulations qu'il induit, de par sa nature même et les pratiques économiques et sociales qu'il engendre, le tourisme tend à défaire les relations singulières que les sociétés locales entretiennent en leur sein et avec leur environnement. Les sociétés concernées peuvent s'en satisfaire, si les individus qui les composent y trouvent leur compte d'une autre façon. Mais dans le cas contraire, le tourisme suscite parallèlement à son développement des réactions collectives qui dès lors tendent à faire du territoire et des relations sociales territorialisées un enjeu collectif et un projet.

Les modalités de ce processus de territorialisation sont variées. Elles mobilisent les ressources économiques, symboliques, politiques et identitaires des acteurs locaux. Elles agissent aussi en jouant de la pluralité des échelles : échelle locale concernée par le processus touristique lui-même; ou bien échelles régionale, nationale et supra-nationale pour mobiliser d'autres ressources ou d'autres images, comme dans le cas de l'identification aux Alpes et à la montagne.

Remerciements

Cet article combine des résultats de recherche obtenus dans le cadre de plusieurs projets conduits successivement ou simultanément au sein de l'équipe « Montagnes :

Connaissances et Politiques » de l'Université de Genève. Les auteurs remercient en particulier le Fonds National de la Recherche Suisse pour avoir financé le projet « Pan-Alpine networks » dans le cadre duquel les terrains du Grosses Walsertal et du Val d'Hérens ont été travaillés. Ils remercient aussi la municipalité de Chamonix pour son soutien et son intérêt pour les études réalisées entre 1998 et 2004. Ils remercient enfin leurs informateurs pour leur disponibilité.

Références citées

- APPADURAI, Arjun, 1996. *Modernity at large. Cultural dimensions of globalization*. London, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- BÄTZING, Werner, 2003. *Die Alpen. Geschichte und Zukunft einer europäischen Kulturlandschaft*. München: C.H. Beck.
- BLANC, Jérôme (dir.), 2006. *Exclusion et liens financiers : Monnaies sociales. Rapport 2005-2006*. Paris : Économica.
- BRADSHAW, Michael J., 1990. "New regional geography, foreign-area studies and Perestroika", *AREA*, 22 (4), pp. 315-322.
- CASTELLS, Manuel, 1999 [1996]. *L'ère de l'information. Le pouvoir de l'identité*. Paris : Fayard.
- DEBARBIEUX, Bernard,
1997. « La nomination au service de la territorialisation : réflexions sur l'usage des termes 'alpe' et 'montagne' », *Le Monde Alpin et Rhodanien*, 2-4, pp. 227-241.
2001. *Chamonix-Mont Blanc (1860-2000). Les coulisses de l'aménagement*. Servoz : Edimontagne.
- FEATHERSTONE, Mike, Lash SCOTT et Roland ROBERTSON (eds), 1995. *Global modernities*. London: Sage Publications.
- GOTTMANN, Jean, 1952. *La Politique des États et leur géographie*. Paris : Armand Colin.
- HANNERZ, Ulf, 1996. *Transnational connections*. London: Routledge.
- HOLMÉN, Hans, 1995. "What's new and what's regional in the 'new regional geography'?", *Geografiska Annaler*, 77 B, pp. 47-63.
- KÄMPF, Richard et Christian HUNZIKER, 2008. *Succès et compétitivité du tourisme alpin*. Bâle et Berne : BAK Basel Economics et Secrétariat d'État à l'économie (SECO).
- LANGE, Sigrun, 2005. *Leben in Vielfalt. UNESCO-Biosphärenreservate als Modellregionen für ein Miteinander von Mensch und Natur*. Wien: Österreichische Akademie der Wissenschaften.
- MANGIN, David, 2004. *La ville franchisée. Formes et structures de la ville contemporaine*. Paris : Éditions de la Villette.
- MAYORAZ, Didier, 2003. *Le Val d'Hérens face au défi touristique hivernal (1960-2000)*. Mémoire de licence en histoire contemporaine, Université de Fribourg.
- MIT, 2002. *Tourismes I. Lieux communs*. Paris : Belin.
- OFFNER, Jean-Marc et Denise PUMAIN (éds), 1996. *Réseaux et territoires : significations croisées*. La Tour d'Aigues : Éditions de l'Aube.
- POCHE, Bernard, 1996. *L'espace fragmenté. Eléments pour une analyse sociologique de la territorialité*. Paris : L'Harmattan.
- RAFFESTIN, Claude, 2006. « Réflexions hétérodoxes sur la globalisation », *Revue Européenne des Sciences Sociales*, 44 (134), pp. 247-257.
- REICHLER, Claude et Roland RUFFIEUX, 2000. *Le voyage en Suisse : anthologie des voyageurs français et européens de la Renaissance au 20^e siècle*. Paris : Robert Laffont.

- RELPH, Edward, 1976. *Place and Placelessness*. London : Pion.
- SCHERMER, Markus, 2002. "The formation of 'Eco-regions' in Austria and the role of the structural fund", Centre for Mountain Agriculture, University of Innsbruck.
- SCHROEDER, Rolf, 2006. "Community exchange and trading systems in Germany", *International Journal of Community Currency Research*, 10, pp 24-42.
- TARRIUS, Alain, 2000. *Les nouveaux cosmopolitismes : mobilités, identités, territoires*. Paris : Éditions de l'Aube.
- TISSOT, Laurent, 2000. *Naissance d'une industrie touristique : Les Anglais et la Suisse au 19^e siècle*. Lausanne : Payot.
- TUAN, Yi-Fu, 1977. *Space and place: the perspective of experience*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- URRY, John, 2005. *Sociologie des mobilités. Une nouvelle frontière pour la sociologie*. Paris : Armand Colin.

Développement touristique et reproduction sociale à l'île Maurice

Emmanuel GRÉGOIRE

Résumé : *Après avoir rappelé le contexte historique et sociologique mauricien, l'article décrit les grandes phases du développement touristique de l'île Maurice en montrant qu'il a permis aux grandes familles franco-mauriciennes de maintenir leur contrôle sur l'économie insulaire, et de pallier les défaillances de l'industrie sucrière qui fit leur fortune. Désormais, le tourisme est devenu un élément important de la reproduction sociale locale en confortant le maintien des hiérarchies et par là des inégalités qui prévalaient dans l'économie de plantation dont il prend la relève. Toutefois, une meilleure répartition de ses retombées semble aujourd'hui nécessaire pour préserver la paix sociale et la stabilité politique du pays, l'une et l'autre conditionnant son avenir.*

Mots-clés : tourisme, reproduction sociale, inégalités, exploitation du littoral, Maurice.

Abstract: *After a presentation of the historical and sociological Mauritian contexts, this article first recalls the main steps of the development of Mauritian tourism. The text then shows how the touristic development of Mauritius has reinforced the economic power of the great franco-mauritian families. Tourism plays nowadays a major role in the social reproduction of Mauritius and in the perpetuation of social and economical inequalities that were already prevailing in the former plantation economy, when the main economic resource of the island was sugar. Finally, a better repartition of the economic benefits of tourism seems today to be necessary in order to preserve the national political stability, and social peace, which are both absolutely necessary for local society's future.*

Key words: tourism, social reproduction, inequalities, coastal exploitation, Mauritius.

Depuis les années 1960, les îles tropicales sont devenues une destination touristique très prisée car elles offrent à la fois dépaysement, exotisme et détente. L'île Maurice aux plages de sable blanc bordées d'un lagon aux eaux limpides, à la température clémente, avec des équipements hôteliers de qualité et un accueil chaleureux donne ainsi l'image d'une île paradisiaque. En outre, elle bénéficie de sa stabilité politique, de l'absence de maladies tropicales (le paludisme a disparu), d'animaux et d'insectes dangereux ainsi que de son bilinguisme, fruit de son histoire, et d'un faible décalage horaire avec l'Europe (66% de ses visiteurs en 2007) et l'Afrique du Sud (9%).

L'essor du tourisme mauricien a été étroitement lié à celui du transport aérien dont les progrès ont permis de réduire considérablement la durée du voyage notamment avec l'Europe : alors qu'il fallait, autrefois, jusqu'à trois jours pour effectuer le trajet en raison des escales nécessaires au ravitaillement en carburant des avions, celui-ci ne dure à présent qu'une dizaine d'heures. Aussi, le *Central Statistics Office* (CSO) estime que 906 000 personnes se sont rendues en vacances à l'île Maurice en 2007 alors qu'elles n'étaient que 100 000 trente ans plus tôt. Le tourisme est donc devenu un des piliers de l'économie nationale aux côtés, d'une part, des exportations de sucre, activité « traditionnelle » de l'île depuis le 19^e siècle, et, d'autre part, de l'industrie textile, autre composante du « miracle » économique mauricien. Classée parmi les pays les plus pauvres de la planète au départ des Britanniques (1968), l'île est un des rares pays africains à être sorti du sous-développement pour figurer désormais parmi les pays à revenu intermédiaire (6 000\$/an/habitant en 2007). Ce chiffre est une estimation moyenne qui ne doit toutefois pas occulter les importants écarts qui subsistent entre hauts et bas revenus.

Cet article retrace les grandes phases du développement touristique de l'île en soulignant le rôle joué par les grandes familles franco-mauriciennes qui maintiennent leur contrôle sur l'économie du pays. Il montre ainsi que le tourisme est un élément important de la reproduction sociale, du maintien des hiérarchies et par là des inégalités.

Une société forgée par le sucre

Le sucre

Introduite à l'époque néerlandaise (1598-1710), la culture de la canne à sucre qui nécessitait une main-d'œuvre abondante a façonné le peuplement de l'île et sa structure sociale. Son évolution politique et économique récente conforta l'héritage colonial.

L'exploitation du sucre connut un premier essor au cours de la période française. À cette époque (1715-1810), les champs étaient mis en valeur par des esclaves que les planteurs firent venir des côtes du Mozambique, de Madagascar et même de Guinée et du Sénégal : en 1789, ces Africains représentaient près de 42 000 personnes pour une population de 50 000 habitants (Durand 1975). En 1810, les Anglais chassèrent les Français de l'île pour mettre fin aux attaques dont étaient victimes leurs navires de commerce, dévalisés par des corsaires basés à Maurice¹. En offrant au sucre mauricien de nouveaux débouchés

1. Cette conquête n'a pas été suivie d'une arrivée massive d'Anglais ce qui explique que les Anglo-Mauriciens soient très peu nombreux. Le traité signé avec la France permit, au contraire, aux familles françaises de demeurer dans l'île et de conserver leurs plantations, leurs lois, leur langue, leurs coutumes et leur religion.

au Royaume-Uni et dans sa colonie indienne, les Britanniques transformèrent l'île en une colonie de plantation alors qu'elle était encore principalement à l'époque une escale sur la route des Indes. Les planteurs français constituèrent alors des domaines plus étendus et recrutèrent de nouveaux esclaves africains et malgaches. Ceux-ci représentaient 75% de la population en 1835 (Durand 1975).

1835 fut surtout marquée par l'abolition de l'esclavage qui obligea les « Blancs » à trouver une nouvelle source de main-d'œuvre car leurs anciens esclaves désertèrent les lieux de leur servitude pour devenir artisans, pêcheurs, éleveurs ou agriculteurs. Comme à la Réunion, ils furent remplacés par des ouvriers agricoles venus d'Inde, les *coolies*, recrutés avec des contrats de cinq ans. Paysans pauvres voire petits commerçants ou artisans, ces travailleurs « engagés » étaient, suivant les États d'où ils provenaient, de confession hindoue, tamoul ou musulmane². Cette immigration débuta en 1840 pour s'achever en 1909. Beaucoup de ces journaliers se fixèrent à Maurice si bien que « *les Indiens étaient devenus deux fois plus nombreux dans l'île que le reste de la population. En 1901, sur une population totale de 371 023 individus, on comptait 259 086 Indiens ou Indo-Mauriciens* » (Toussaint 1972). À cette immigration, s'ajouta celle, moins importante, de Chinois (Hakkas, Cantonais et Fukinois) qui investirent le commerce de détail des villes et des villages tout en assurant une fonction de banque par le biais du crédit. L'île Maurice devint donc une terre multiethnique, chaque groupe ayant une place particulière dans les rapports de production (Gabriel 1983 : 97-112).

Maurice a donc connu différentes phases de peuplement liées d'une part à la recherche permanente de main-d'œuvre agricole (esclaves africains et malgaches, journaliers indiens) et d'autre part au développement économique local (commerçants chinois). Inversement, la société locale a aussi été marquée par les crises que le sucre a traversées. La transformation de l'île en une économie de plantation fit, d'abord, surgir une classe nouvelle, celle des sucriers, qui supplanta graduellement celle des commerçants et des marins. L'avènement du sucre fit dans un premier temps (jusqu'en 1860) disparaître un grand nombre de petits et moyens propriétaires « blancs » pour donner naissance à de grands domaines. La période suivante (1860-1890) fut, au contraire, marquée par le morcellement des plantations³ en raison des difficultés d'exploitation sur des superficies très étendues. D'autres Franco-Mauriciens cessèrent leur activité sous l'effet des cyclones, des maladies qui touchaient la canne (borer) et de la malaria qui sévissait surtout dans les zones littorales. Ils morcelèrent leurs terres au profit d'immigrants d'origine indienne, le plus souvent des *sirdars* (contremaîtres qui organisaient le travail sur les champs), des recruteurs ou des négociants. Ils favorisèrent ainsi l'émergence d'une nouvelle classe sociale, celle des petits planteurs indo-mauriciens qui, à l'orée du 20^e siècle, possédait déjà près de 30% des terres plantées en canne. À cette époque, de plus en plus de propriétaires de grands domaines renoncèrent au sucre, ne le jugeant plus rentable (son cours étant très bas à Londres). Le démantèlement de ces propriétés permit d'accroître le pouvoir économique et social de la population indienne (Allen 1984 : 340-347) dont certaines franges (Indos-Musulmans) contrôlaient le commerce d'importation des grains (riz) et de la toilerie. Enfin, le mouvement de concentration des sucreries amorcé au 19^e siècle se

2. Outre leur religion, les immigrés indiens conservèrent leurs différences culturelles et linguistiques.

3. 90% des terres étaient aux mains de Franco-Mauriciens (5% de la population) jusqu'en 1870.

poursuivit ce qui donna naissance à de grands groupes usiniers franco-mauriciens comme Constance, *Médine Sugar Estate*, Mon Loisir, Mon Trésor/Mon Désert dont l'activité a pu se diversifier, y compris dans le tourisme, grâce aux revenus tirés de la culture et de la transformation de la canne.

Après le sucre : un nouveau contexte politique et économique

La première et la seconde guerre mondiale favorisèrent la montée en puissance de marchands musulmans ou d'origine chinoise qui détenaient pratiquement le monopole d'approvisionnement en vivres et en produits manufacturés de l'île, ses relations avec l'Europe étant coupées. La période de l'entre-deux-guerres fut ainsi marquée par l'émergence d'une petite élite indo-mauricienne appartenant aux castes supérieures et intermédiaires de la communauté⁴ et qui bénéficiait d'un accès à l'éducation car les Britanniques avaient alors besoin de personnel pour étoffer l'administration. Aux côtés de quelques Créoles⁵, cette élite anima la vie politique en créant des formations comme le parti travailliste (1936) dont la base sociale était constituée de journaliers indiens. Marqué par le clientélisme hindou dès le milieu des années 1950 (Gabriel 1983 : 97-112), ce parti participa aux différentes élections et réclama le départ des Britanniques. Celui-ci s'effectua le 12 mars 1968, soit sept mois après les élections législatives qui virent la victoire des partisans de l'indépendance. Seul le Parti Mauricien Social Démocrate (PMSD) fondé par Jules Koenig prônait une association avec la Grande-Bretagne. Ce parti anti-indépendantiste rassemblait les minorités créole, chinoise, blanche et musulmane qui craignaient l'hégémonie hindoue une fois l'île indépendante. Une petite bourgeoisie politique indo-mauricienne regroupée au sein du parti travailliste mené par Sir Seewoosagar Ramgolaam prit donc en main les rênes de l'État dans un contexte extrêmement tendu (émeutes raciales et communautaires de janvier 1968).

Depuis lors, Maurice est devenu une démocratie où le pouvoir politique et administratif revient à la communauté indo-mauricienne de confession hindoue (50% de la population), les Indos-Musulmans (15%) étant davantage spécialisés dans le négoce. Le pouvoir économique demeure aux mains des Franco-Mauriciens (2%) qui forment une puissante oligarchie terrienne, industrielle et financière et par là un groupe social privilégié tout comme les Sino-Mauriciens (3%) très actifs dans le commerce. Enfin, les Créoles (30%) dont les origines culturelles ont été en grande partie effacées par la traite restent la couche sociale la plus défavorisée à l'exception d'un groupe d'intellectuels qui a investi la presse. Le sentiment d'avoir été tenu à l'écart du développement du pays entraîne des tensions avec les Indo-Mauriciens accusés d'être responsables de cette exclusion. Ces tensions se transforment parfois en émeutes, comme ce fut le cas, en février 1999, suite à la mort du chanteur créole Joseph Réginald Topize dit Kaya, décédé au commissariat central de Port-Louis après avoir subi des violences policières.

4. Celle-ci est très hiérarchisée étant, comme en Inde, subdivisée en castes.

5. Ce terme désigne les descendants des esclaves africains et malgaches ainsi que la population née de différents métissages, notamment français et africains. Les Créoles sont de fervents catholiques et leur langue est parlée par la quasi-totalité des Mauriciens.

Ce rapide tableau de la société mauricienne souligne sa diversité culturelle et son hétérogénéité sociale. De là, naissent de multiples tensions intercommunautaires : en bas de l'échelle sociale, la classe moyenne et populaire indo-mauricienne s'oppose aux Créoles tandis qu'en haut, la couche privilégiée de la communauté indo-mauricienne se confronte au monde des affaires franco-mauriciens voire sino-mauriciens.

Le développement du tourisme mauricien

Le développement du tourisme mauricien s'est opéré en trois grandes phases (1945-1985, 1985-2000, 2000-2007) qui en ont fait une activité représentant, selon le CSO, près de 10% de la population active en 2007 (plus de 50 000 emplois directs et indirects confondus), 8,5% du P.I.B. (4,1% en 1994) et plus de 40 milliards de roupies de recettes (environ un milliard d'euros) soit la seconde source de rentrées de devises du pays après la zone franche industrielle.

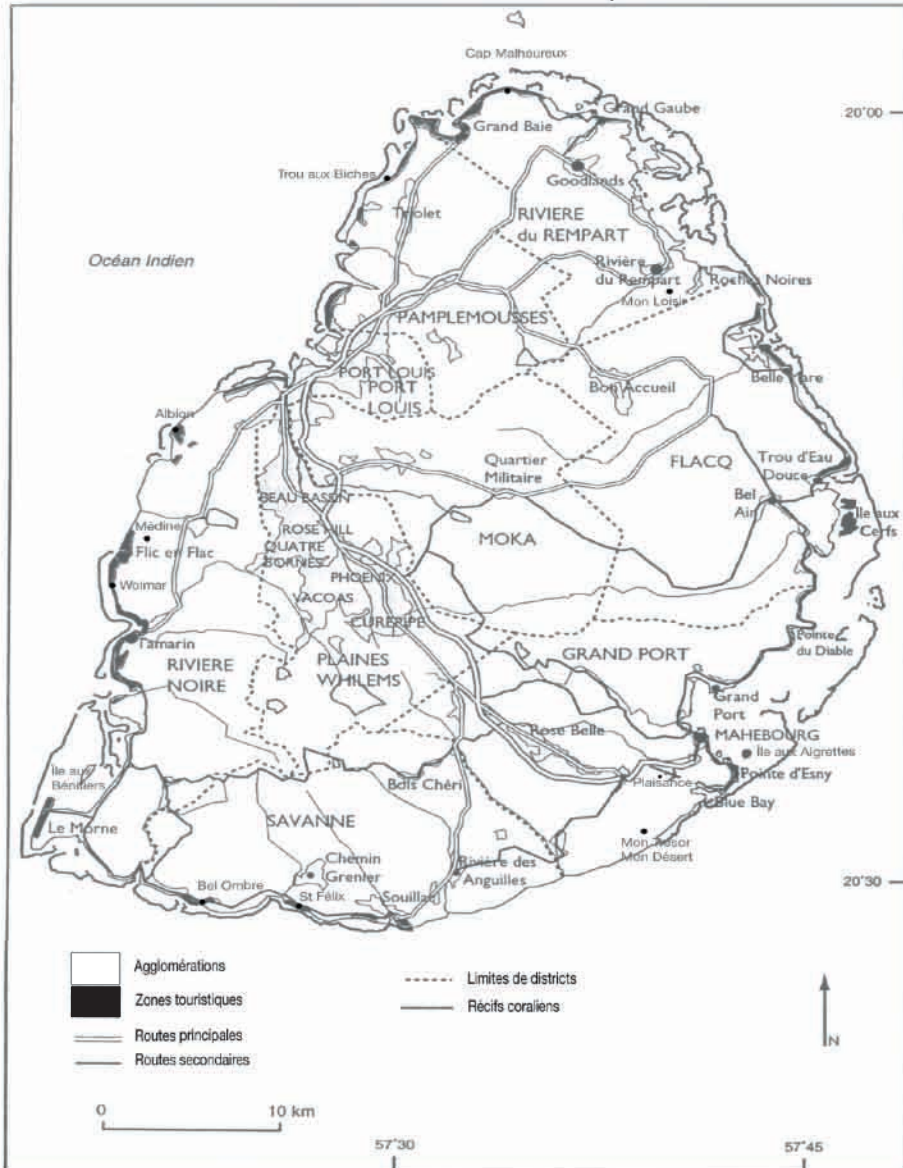
Les débuts (1945-1985)

L'arrivée des premiers touristes date de l'après-guerre où quelques Anglais s'arrêtaient dans l'île avant de poursuivre leur périple dans l'océan Indien. Ils la parcouraient en train, des agents de la *Mauritius Government Railways* les attendant dans chaque gare pour leur proposer un gîte. En 1947, il n'y avait que quatre hôtels : le *Curepipe Hotel* et l'hôtel *Golden* à Curepipe, l'hôtel National à Port-Louis et le *Family Hotel* à Vacoas qui accueillait les familles des soldats britanniques affectés à la garnison. En 1952 (1 800 visiteurs d'après les premières statistiques officielles), la société Rogers acheta, via sa nouvelle filiale *Mauritius Hotels*, le château Mallac, vaste et belle demeure coloniale pour en faire le *Park Hotel*. Un peu plus tard, le groupe construisit à proximité de l'aéroport de Plaisance un premier hôtel balnéaire (Le Chaland) puis un second sur la côte Ouest, le Morne Plage (1954). Pour promouvoir le tourisme, les Britanniques créèrent le *Mauritius Government Tourist Office* (1959). L'activité connut alors un premier essor, le nombre de touristes passant de 7 700 en 1963 à plus de 36 000 en 1971 (*Ministry of Tourism, Leisure and External Communications* 2006). Cet essor était dû à l'ouverture de nouveaux établissements : après rénovation (1968), le Morne Plage devint l'hôtel le Morne Brabant équipé d'un golf puis *Mauritius Hotels* ouvrit en 1971 un troisième établissement, cette fois-ci au nord-ouest (Trou aux biches).

Au début des années 1970, une série d'hôtels luxueux virent le jour sous l'impulsion d'Amédée Hugnin Maingard, premier président d'*Air Mauritius* et dirigeant de *Mauritius Hotels*. Il fut un des pionniers du tourisme mauricien aux côtés de Sir Gaëtan Duval, dirigeant créole charismatique du PMSD, ce dernier fut vice-Premier ministre, ministre des Affaires étrangères, du Tourisme et de l'Immigration du gouvernement d'Union nationale formé après l'indépendance (1969-1973)⁶. Épicurien, brillant avocat, Sir Gaëtan Duval était lié à la France où il avait de multiples relations dans le monde du spectacle. Pour faire la promotion touristique de son pays, il le fit découvrir à de nombreuses vedettes du cinéma et de la chanson ainsi qu'à des familles princières comme celle de Monaco. L'île Maurice devint une destination en vogue et prestigieuse qui ciblait une

6. Le PMSD accepta de former une coalition pour éviter que le pays ne connaisse une forte instabilité politique et de nouveaux conflits intercommunautaires.

Île Maurice : zones touristiques



Source : d'après Pébarthe, 2000.

Secteur Cartographie - IRD Bondy

clientèle haut de gamme et misait sur le fait qu'elle était restée francophone malgré une présence britannique de près de 160 ans. Pour éviter que *Mauritius Hotels* ne contrôle, seul, l'activité, Sir Gaëtan Duval fit venir le groupe sud-africain *Southern Sun* de son ami Sol Kerzner. Spécialisé dans l'hôtellerie de luxe, il l'associa au conglomérat *Ireland Blyth Limited* (IBL) de la famille Dalais pour créer *Sun Resorts*. Ce groupe installa une série d'hôtels de classe internationale en bordure des plus belles plages comme le Saint-Géran (1975).

Voyant que le tourisme était porteur, des propriétés franco-mauriciennes s'y intéressèrent en profitant du « boom » sucrier de 1974-1975 qui avait pour origine une flambée des cours due à une pénurie de sucre sur le marché mondial. Elles investirent une partie de leur surcroît de recettes dans la construction d'infrastructures hôtelières ou la prise de participations dans des groupes hôteliers. Si certaines avaient déjà timidement mis en valeur des terrains proches du littoral sous forme de gîtes, elles se lancèrent cette fois-ci plus franchement dans l'activité en s'inspirant des formules proposées par des groupes étrangers comme le Club Méditerranée. Inauguré en 1973 par son fondateur Gilbert Trigano, ami proche de Sir Gaëtan Duval, le Club fut le premier à proposer la demi-pension et des activités sportives. Fondé en 1882 pour exploiter la canne de la région de Flacq et une sucrerie, le groupe Constance ouvrit ainsi l'hôtel Belle-Mare Plage (1975) qui se substituait à des bungalows. De son côté, *Médine Sugar Estate*, fondé en 1913, prit des parts dans le complexe hôtelier La Pirogue. Des problèmes de gestion les lui firent revendre en 1983, mais Médine est resté dans le tourisme en ouvrant le parc naturel de Casella (1979) situé au milieu de ses champs de canne. Quant à la propriété Mon Trésor et Mon Désert, elle devint actionnaire de *Sun Resorts*. Pour mener à bien leurs projets, ces propriétés bénéficièrent de l'appui de la *Mauritius Commercial Bank* qui est entre les mains de la communauté franco-mauricienne depuis sa fondation en 1838.

Ce souci d'attirer une clientèle privilégiée à forte valeur ajoutée limita le nombre de visiteurs : 75 000 en 1975, 148 860 en 1985 (*Ministry of Tourism, Leisure and External Communications* 2006). Il explique que le pays a longtemps été préservé des effets négatifs (dégradation de l'environnement, prostitution, drogue, etc.) de l'arrivée massive de ce que les Mauriciens appellent les « sacs à dos ». Pour l'en empêcher, ils opérèrent une sélection économique et donc sociale de leur clientèle en interdisant la venue de charters et en pratiquant des tarifs élevés au niveau de l'hébergement et du transport aérien.

Un afflux de capitaux et de touristes (1985-2000)

Le développement du tourisme mauricien s'accéléra à partir du milieu des années 1980 : son chiffre d'affaires passa de 845 millions de roupies (1985) à 14,23 milliards (2000) et le nombre d'hôtels de 55 à 95 (*Ministry of Tourism, Leisure and External Communications* 2006). Les domaines sucriers s'y intéressèrent davantage car la filière dégageait ses propres profits et bénéficiait des revenus tirés à la fois des exportations de sucre et de l'industrie textile de la zone franche. Si cette dernière démarra lentement, sa croissance fut soutenue à partir de 1983 grâce à l'arrivée de groupes hongkongais, singapouriens et européens et aux investissements des grandes familles franco-mauriciennes. Elles virent là une nouvelle source d'accumulation susceptible de se substituer au sucre, moins lucratif depuis la fin du boom des années 1970.

Les interventions de ces groupes dans le tourisme donnèrent lieu soit à la construction de nouveaux établissements hôteliers, soit au rachat d'infrastructures existantes ou bien

s'effectuèrent par le biais de l'actionnariat. Une propriété fondée en 1896 et dont les terres se situent dans le sud de l'île (district de Savannah), *Union Sugar Estate*, investit par exemple dans l'hôtel La Croix du Sud (1987) devenu, depuis lors, le Preskil. En 1998, le groupe Constance y édifia le prestigieux Prince Maurice composé de 89 suites de luxe construites sur la mer grâce à des pilotis en bois et doté d'un parcours de golf (ce groupe possède aussi un hôtel aux Seychelles). Déjà présent dans la manufacture, le commerce, l'assurance, l'imprimerie et d'autres secteurs, le groupe Mon Loisir de la famille Lagesse, fondé en 1939 pour exploiter des plantations du nord-est de l'île, entra quant à lui dans le capital de *Naïade Resorts*, troisième groupe hôtelier mauricien, puis accrut sa participation en 2003. *Naïade Resorts* débuta avec le seul hôtel Le Tropical à Trou d'Eau Douce (1990). Depuis lors, il a connu une belle réussite puisqu'il compte à présent six hôtels à Maurice, une luxueuse villa sur l'île des Deux Cocos au large de *Blue Bay*, un établissement aux Maldives et l'hôtel Desroches aux Seychelles. En peu d'années, *Naïade Resorts* est devenu le troisième groupe hôtelier mauricien aux côtés de *New Mauritius Hotels* et de *Sun Resorts*, deux groupes qui ont dans le même temps multiplié leurs établissements dans l'île. Outre ces trois grands groupes et les domaines sucriers, d'autres opérateurs se tournèrent également vers l'hôtellerie : *Food and Allied* (FAIL) par exemple, un groupe spécialisé dans l'agro-alimentaire édifia deux hôtels à Port-Louis, puis encore le *Telfair* à Bel Ombre (2004). Enfin, les groupes étrangers au sein desquels figuraient le groupe réunionnais Apavou et les sociétés de gestion françaises Accor et Méridien s'intéressèrent aussi davantage à Maurice.

En marge de ces grands hôtels, de nombreuses petites structures appelées « campements » (bungalows, appartements, chambres d'hôtes) se développèrent en bord de mer sur des initiatives très diverses. En 2000, une étude (Deloitte and Touche 2002) les évaluait à une capacité de 7 000 chambres. Conjugués aux hébergements effectués par les Mauriciens qui accueillent parents et amis résidant à l'étranger, c'était un peu plus de 20% des touristes qui se logeaient ainsi ce qui représentait plus de 15% des recettes touristiques du pays⁷. Ces estimations sont imparfaites car ce type d'activité échappe souvent au recensement du ministère du Tourisme, de nombreux bailleurs évitant d'être recensé pour des raisons fiscales. Ce secteur « informel » provoque la grogne des hôteliers qui voient là une concurrence déloyale et des services qui ternissent l'image du pays. À l'inverse, celui-ci dénonce la formule « tout compris » des complexes hôteliers qui les privent de prestations, les touristes trouvant dans les hôtels tout ce dont ils peuvent avoir besoin.

Durant cette période, les agences de voyages européennes étaient chargées de faire venir les touristes à Maurice et bénéficiaient des campagnes de promotion effectuées par la *Mauritius Tourism Promotion Authority* (MTPA). Ces campagnes eurent d'abord pour cible les clientèles traditionnelles de l'île que sont la France (26,5% des touristes selon le CSO) et La Réunion (10,6%) qui, contrairement à Maurice, ne disposent pas de belles plages de sable hormis à Saint-Gilles. Elles visèrent ensuite de nouveaux marchés comme l'Italie, la Suisse, l'Allemagne puis la Scandinavie, le Japon, l'Australie et l'Asie du Sud-Est. Le nombre de touristes passa de 115 000 (1980) à 291 500 (1990) puis à 650 000

7. Actualisés, ces chiffres représentent près de 200 000 touristes et 5,2 milliards de roupies de recettes (source CSO).

en 2000, le cap des 500 000 visiteurs étant franchi en 1997 (*Ministry of Tourism, Leisure and External Communications* 2006). Le secteur enregistra alors des taux de croissance élevés (15 à 25% par an) si bien que s'opéra inévitablement un glissement de la clientèle du haut vers le milieu de gamme, le pays ne pouvant espérer remplir ses hôtels en ne s'adressant qu'à une clientèle fortunée même s'il s'efforce toujours de présenter l'image du luxe.

Toujours plus d'investissements et de touristes (2000-2007)

Depuis 2000, les investissements se poursuivent et le nombre d'hôtels est en constante augmentation. Le CSO estime ainsi qu'à la fin de l'année 2007 l'île en comptait 97 soit 10 857 chambres et 21 788 lits. Cinq établissements (non-inclus dans les 97) sont actuellement en rénovation et leurs propriétaires en profitent pour accroître leur capacité d'hébergement. Par comparaison en 1995, les 95 hôtels recensés (*Ministry of Tourism, Leisure and External Communications* 2006) représentaient 5 977 chambres soit une moyenne de 63 chambres par hôtels. Depuis lors, ce chiffre a été multiplié par deux soit 120 chambres en moyenne en 2007 (10 857 chambres pour 97 établissements). Plus que jamais, le tourisme est un des pans essentiels de l'économie du pays car l'industrie sucrière traverse une période difficile : l'Union européenne abolit le protocole sucre qui protégeait les pays ACP (Afrique-Caraïbes-Pacifique), dont Maurice, de la redoutable concurrence de pays comme le Brésil et la Thaïlande (Grégoire et Théry 2007 : 267-282).

Les nouveaux complexes hôteliers et résidentiels se sont implantés principalement dans le sud-ouest de l'île, zone longtemps tenue à l'écart du tourisme en raison de sa vocation agricole. À Bel Ombre, trois hôtels de haute gamme ont été inaugurés en décembre 2004 soit 450 nouvelles chambres et un quatrième à la fin de l'année 2007. À Saint-Félix, la principale plantation sucrière a édifié sur d'anciens champs de canne le *Shanti Ananda* dont la gestion a été confiée au groupe indien *Ananda Resorts*. Par ailleurs, *New Mauritius Hotels* devenu *Beachcombers* et *Sun Resorts* ont poursuivi leur essor : le premier possède désormais huit établissements à Maurice et un aux Seychelles tandis que le second en compte cinq et envisage d'acquérir en plus deux établissements aux Maldives. Toute l'île est l'objet de nouveaux projets afin que le pays puisse accueillir deux millions de touristes en 2015 comme l'a souhaité le Premier ministre Navim Ramgoolam. Selon Patrice Hardy, directeur de *Naiade Resorts*⁸, « il faudra construire six hôtels de 250 chambres par an ». Pour certains observateurs, cet objectif est irréaliste.

Si le cap des 700 000 touristes a été franchi en 2002 (*Ministry of Tourism, Leisure and External Communications* 2006), celui des 800 000 n'a pu être dépassé en 2006 en raison du chikungunya. Ce virus, transmis par un moustique dont la piqûre rend très malade quand elle n'est pas mortelle. Le chikungunya a entraîné une forte baisse des arrivées en provenance de France et de La Réunion (respectivement -19,4% et -9,6% au cours du premier semestre 2006) où sa prolifération avait été très médiatisée. Cependant, après l'éradication du virus, les flux de touristes reprirent de plus belle : la barre des 900 000 arrivées a été franchie en 2007 (906 971) soit une progression de 15,1% par rapport à 2006 selon le CSO qui estime par ailleurs que les recettes ont crû de 27,3%

8. Cf. entretien accordé au Mauricien, 16 août 2007.

passant de 31,94 milliards de roupies en 2006 à 40,68 milliards l'année suivante. Dans ce contexte économiquement favorable, Maurice espère accueillir 975 000 visiteurs en 2008. Le pari d'atteindre le million d'arrivées avant 2010 paraît tenable d'autant plus que la multiplication de projets résidentiels « IRS » (*Integrated Resorts Scheme*) et l'ouverture de l'espace aérien mauricien sont des facteurs qui devraient stimuler le secteur : l'AHRIM (Association des hôteliers et des restaurateurs de l'île Maurice) prévoit de créer 11 205 emplois d'ici 2009 grâce à l'ouverture de nouveaux hôtels.

Instaurés en 2002, les IRS permettent l'acquisition de biens immobiliers par des ressortissants étrangers qui obtiennent le statut de résident dès lors qu'ils se portent acquéreurs d'une villa en investissant un minimum de 500 000\$. Outre des complexes résidentiels, les IRS offrent des infrastructures de grande qualité (piscines individuelles, marina, golfs, restaurants, centres nautiques, de bien-être et de remise en forme, etc.) et en assurent la gestion, l'entretien et le gardiennage. Ces IRS vont donc accueillir une nouvelle clientèle fortunée qui voyagera beaucoup d'où l'importance de la desserte aérienne.

Malgré l'acquisition de nouveaux appareils, l'AHRIM estime qu'*Air Mauritius* dispose d'une flotte insuffisante pour lui garantir un taux d'occupation de ses établissements satisfaisant y compris en haute saison (octobre à mars). Pour elle, il faut accroître les liaisons aériennes avec l'Europe et donc autoriser la venue de nouvelles compagnies. Cédant à ses pressions, le gouvernement prit l'importante décision d'ouvrir l'espace aérien national (2006). Cette mesure qui risque de fragiliser *Air Mauritius* désormais confronté à la concurrence a déjà entraîné une forte augmentation des arrivées si bien que nombre d'hôteliers se sont mis à pratiquer la sur réservation (*overbooking*). Pour répondre à cette nouvelle demande, l'AHRIM envisage d'investir seize milliards de roupies (400 millions d'euros) pour la période 2006-2008 afin de disposer 16 500 chambres en 2015.

Tourisme et reproduction sociale

Le développement touristique de l'île a eu un impact positif en termes de création d'emplois et de distribution de revenus même s'il a fait perdre leur aspect « sauvage » à de nombreux sites en bordure de mer et en a exclu les Mauriciens. Il a également joué un rôle essentiel dans la reproduction de la société mauricienne : comme l'industrie textile auparavant, le tourisme a permis le maintien des hiérarchies économiques, politiques et sociales et par là des inégalités qui prévalaient dans l'économie de plantation dont il prend la relève car ce sont finalement les mêmes personnes qui contrôlent les deux activités à partir de leur capital foncier.

Tourisme et reproduction des milieux d'affaires

Pendant plus de trente ans, les accords de Lomé ont permis aux grandes propriétés franco-mauriciennes d'écouler leur production sucrière sur le marché européen à un prix nettement supérieur au cours mondial sur lequel elles ne pouvaient s'aligner en raison de coûts de production trop élevés. En se tournant vers le tourisme, ces investisseurs ont cherché à anticiper la fin de cette rente en trouvant de nouvelles sources d'accumulation.

Leurs investissements dans le tourisme bénéficièrent d'une surprotection qui leur permit d'acquérir très vite une position hégémonique. Dans un souci de voir le secteur bénéficier d'abord aux nationaux, l'État leur a en effet accordé des facilités fiscales et douanières et surtout promulgué des décrets (*Hôtel Development Certificate* de 1972 et *Hôtel management Service Certificate* de 1982) freinant l'installation des étrangers à

l'exception de quelques groupes d'envergure internationale comme Le Club Méditerranée. Désormais, les dirigeants du pays n'entravent plus les investissements étrangers car ils estiment qu'ils peuvent contribuer au développement du secteur et créer les emplois indispensables à la lutte contre le chômage et au maintien de la paix sociale (leur part représente à présent près de 30% du marché).

Les principaux groupes mauriciens présents dans la filière touristique sont directement liés aux grandes propriétés sucrières franco-mauriciennes, notamment les quatre principales familles (Dalais, Espitalier-Noël, Lagesse et de Spéville) qui contrôlent une partie de l'économie du pays. Les autres communautés nationales ne se sont pas, au départ, impliquées dans l'activité ou y ont connu des déboires. À cela, certains observateurs avancent des raisons culturelles : le tourisme et les activités de plage ne font pas partie de la culture des Sino-Mauriciens ni de celle des Indo-Mauriciens. Pour d'autres, leur entrée dans le tourisme a été entravée par leur incapacité à obtenir des financements et par un manque de relations dans les milieux professionnels internationaux mais aussi de savoir-faire. Quelques-uns évoquent enfin un certain complexe à investir l'activité aux côtés des « Blancs » : ce sentiment renvoie à l'histoire de Maurice où les hiérarchies datant de l'esclavage et de l'engagisme continuent d'imprégner la société (Chazan-Gillig 2004 : 64-86).

Néanmoins, la situation a un peu évolué depuis une dizaine d'années. Les Sino-Mauriciens qui ont déjà depuis longtemps investi la restauration balnéaire et urbaine, possèdent désormais plusieurs établissements hôteliers ou bien sont actionnaires de grands groupes dans lesquels ils ont pris des participations à partir des gains réalisés dans le négoce et l'import-export où ils sont très actifs. Les Indo-Mauriciens ont également perçu tout l'intérêt du secteur (ils interviennent un peu dans la restauration) : *Bhunjun and Sons*, société spécialisée dans la construction, possède ainsi plusieurs hôtels et a un établissement en construction. D'autres groupes, notamment indo-musulmans, ont aussi pris des participations financières dans des sociétés hôtelières. Toutefois, les Sino-Mauriciens et les Indo-Mauriciens se sont impliqués dans l'activité uniquement en tant que propriétaires ou actionnaires et non en tant que gestionnaires. Ces tâches sont dévolues à des Franco-Mauriciens ou à des Européens pour des raisons culturelles et de compétences. Enfin, la présence des Créoles dans le secteur touristique reste cantonnée, en ce qui concerne les dirigeants d'entreprise, aux seules agences de voyage (réception des touristes, location de voitures, expéditions marines et terrestres, etc.).

Tout comme l'hôtellerie classique, les projets IRS favorisent les grandes propriétés sucrières car celles-ci détiennent un capital foncier important, notamment des terres proches du littoral. Beaucoup d'entre elles (Médine à Tamarin, CIEL à Beau Champ, etc.) mettent en place ces nouvelles résidences, au nombre d'une vingtaine environ, ce qui représente 4 600 villas pour un investissement total de 30 milliards d'euros. Pour « démocratiser » l'économie et faire en sorte que ces IRS ne profitent pas aux seuls Franco-Mauriciens, le gouvernement incite les planteurs indo-mauriciens à soumettre des projets comme c'est le cas dans la zone de Flic-en-Flac. Cette initiative semble jusqu'à présent relever davantage d'un vœu politique que d'une réalité économique car les planteurs indo-mauriciens ne disposent ni des capitaux ni du savoir-faire nécessaires pour se lancer dans de telles entreprises.

Malgré un intérêt désormais général, le tourisme reste concentré entre les mains de trois grands groupes : *Beachcombers*, *Sun Resorts* qui s'est séparé de son partenaire sud-africain ainsi que *Naiade Resorts* avec pour actionnaire important le groupe sucrier

mauricien Mon Loisir. Viennent ensuite Constance Hôtels, FAIL et *Veranda Resorts*. Ce classement montre que le tourisme demeure une « affaire de Blancs » qui a permis la reproduction de la hiérarchie économique qui prévalait et prévaut encore dans la filière sucrière : les mêmes groupes et individus ou leurs fils contrôlent les deux activités. Plus encore, les concepteurs du tourisme mauricien ont, consciemment ou inconsciemment, reproduit le modèle sociétal local où chaque communauté vit repliée sur elle-même, les relations « interethniques » se limitant pour beaucoup de gens au seul monde du travail. Le tourisme est agencé sur ce modèle d'isolement : les complexes hôteliers forment de véritables ghettos protégés de l'extérieur par des murs et des gardiens. Cette conception est fort éloignée des nouvelles approches comme le tourisme solidaire qui encourage, au contraire, les échanges entre visiteurs et populations locales (Barlet, Collombon et Ribier 2004). À Maurice, les touristes sont déconnectés de la réalité sociale et leurs relations avec les Mauriciens se limitent bien souvent aux seuls employés des hôtels si bien qu'en quittant le pays ils véhiculent l'image d'une société qui vit en parfaite harmonie malgré sa diversité culturelle et religieuse. Ils n'ont évidemment pas vu les quartiers miséreux de Port-Louis ni les taudis de Rivière noire proches des grands hôtels du Morne et n'ont pas conscience des tensions intercommunautaires.

Tourisme et reproduction de l'élite politique et administrative

Après son indépendance, l'État mauricien a assuré sa construction sur le sucre, seul secteur d'activité qui engendrait des profits et où circulait de l'argent. La petite bourgeoisie politique indo-mauricienne qui se substitua aux Britanniques mit en place tout un système de taxation des exportations de sucre, mais aussi des grandes propriétés. C'est également sur le sucre que ces nouveaux dirigeants assurèrent leur promotion économique et sociale : ministres, hauts fonctionnaires et agents de l'État ponctionnèrent le secteur à des fins d'enrichissement personnel sous forme de prébendes, de pratiques corruptives et de détournements. L'État et le pouvoir politique constituèrent aussi, comme cela s'est souvent produit en Afrique, des sources d'accumulation pour quelques gros commerçants et industriels hindous, musulmans et même créoles qui doivent leur réussite à des mesures politiques, à des marchés octroyés par l'État voire à des combines financières.

À partir de la fin des années 1980, le tourisme devint de plus en plus prospère alors que le sucre était moins lucratif. La classe politique et administrative indo-mauricienne se reporta sur lui pour s'assurer de nouvelles ressources et pallier les défaillances de l'industrie sucrière, imitant en cela la communauté franco-mauricienne. Des hauts responsables du pays vont monnayer leur pouvoir à l'occasion de la délivrance d'autorisations diverses et de la location de terrains en bordure de mer à des fins hôtelières. Les sommes en jeu sont parfois d'un montant très élevé comme une rumeur le laisse entendre à propos des IRS. Sous couvert de leur épouse, de prête-noms – voire parfois en leur nom propre, les responsables politiques réinjectent l'argent ainsi gagné dans le secteur touristique sous forme d'actionariat dans des groupes hôteliers.

Première entreprise mauricienne par son chiffre d'affaires (près de quatre milliards d'euros en 2006), *Air Mauritius* dont l'État est avec le conglomérat Rogers le principal actionnaire, a été au cœur du développement touristique de l'île, mais aussi de nombreux scandales financiers. Au départ (juin 1967), la compagnie offrait un service au sol pour les passagers et le fret aérien. En 1972, elle acquit son premier avion affecté à la desserte de Rodrigues, seconde île de la république de Maurice, puis un second en 1975 qui desservait

La Réunion et enfin son premier long-courrier en 1981. Avec la croissance de sa flotte (actuellement dix Airbus), son réseau de destinations se diversifia vers l'Europe, l'Afrique du Sud, l'Australie et le Moyen-Orient tout en accentuant sa traditionnelle implantation en Inde, à Hong-Kong et Singapour. *Air Mauritius* achemina donc un nombre croissant de touristes dans l'île et devint une des premières entreprises du pays. Brassant d'énormes sommes d'argent, son histoire a été émaillée de scandales financiers dont la presse s'est fait l'écho et dont la justice s'est saisie. Ces scandales eurent pour origine des détournements de fonds dans lesquels la communauté indo-mauricienne était largement impliquée car elle monopolise la direction et les postes-clés de la compagnie pratiquement depuis sa création. En raison de leur répétition, il serait trop long de relater toutes les affaires qui ont marqué son histoire pour le moins tumultueuse. On peut cependant avancer qu'*Air Mauritius* fut une source d'enrichissement personnel importante pour plusieurs de ses dirigeants et cadres supérieurs et que ses comptes souffrirent de leurs agissements frauduleux.

La récente décision de libéraliser l'espace aérien national, tout comme l'autorisation donnée aux étrangers de s'installer dans l'île (IRS) traduit l'adoption d'une politique désormais très libérale. Ces deux mesures constituent une rupture politique radicale, les précédents gouvernements s'étant toujours refusés à les prendre au nom d'un certain nationalisme. Pour se justifier, le gouvernement travailliste de Navim Ramgoolam dont le ministre du Tourisme est Xavier-Luc Duval, fils de Sir Gaëtan Duval, argue qu'elle était devenue indispensable. En faisant venir davantage de touristes, le gouvernement espère créer les emplois (le taux de chômage est de 9,2% en 2007 selon le CSO) qui compenseront les pertes enregistrées dans le sucre et le textile suite à l'abolition du protocole sucre et de l'accord multifibres (1^{er} janvier 2005). Néanmoins, certains informateurs interprètent plutôt les décisions prises par le ministre comme une concession faite à l'AHRIM et par là aux milieux d'affaires franco-mauriciens qui souhaitent le minimum d'entraves à leur activité.

Le tourisme face aux problèmes sociaux et environnementaux

Prenant la relève du sucre, le tourisme constitue donc une nouvelle manne dont profitent les milieux d'affaires franco-mauriciens et la classe politique indo-mauricienne. Les Créoles n'en tirent guère de bénéfices si ce n'est quelques emplois. Si le sucre a longtemps employé une main-d'œuvre nombreuse et peu qualifiée, le tourisme a eu aussi besoin de bras pour assurer le service dans les hôtels et les autres infrastructures. Les « coupeurs de canne » sont peu venus dans le tourisme en raison de leur incapacité à se reconverter ou parfois en raison de leur âge déjà avancé. Par contre, le tourisme procure aussi des emplois à toute une masse de gens, souvent jeunes, de condition modeste d'origine indo-mauricienne (basses castes) voire métisse (indo-créole, etc.). Les Créoles par contre sont beaucoup moins représentés et lorsqu'ils travaillent dans les hôtels, ils sont le plus souvent affectés aux basses besognes (femme de ménage, manœuvre, etc.). Moins scolarisés et maîtrisant moins bien le français et l'anglais que les autres Mauriciens⁹,

9. Si tous les jeunes Mauriciens sont scolarisés, les Créoles abandonnent assez vite l'école : peu d'entre eux obtiennent le SC (équivalent de la seconde) ou le HSC (niveau du baccalauréat) et rares sont ceux qui intègrent l'université.

les Créoles fréquentent peu l'école hôtelière qui forme la plupart des employés du secteur touristique. Le tourisme maintient ainsi le système de domination économique et les inégalités sociales établis par l'industrie sucrière, processus imperceptible par les touristes. Toutefois, ce mode d'organisation ne peut fonctionner que si la paix sociale est maintenue.

Si l'activité touristique est vulnérable aux pandémies (chikungunya) et aux catastrophes naturelles (cyclones, tsunamis), elle l'est aussi à la conjoncture nationale (le tourisme kenyan a été sévèrement touché par les troubles intérieurs qui ont affecté le pays en 2007) et internationale (les attentats du 11 septembre 2001 et la guerre en Irak ont entraîné une baisse des flux). À Maurice, le succès de l'industrie touristique repose sur la stabilité politique du pays qui tranche avec la situation de nombreux pays africains régulièrement affectés par des coups d'État. Toutefois, cet équilibre est précaire : des troubles politiques ou sociaux peuvent remettre en cause de longues années d'efforts comme cela aurait pu être le cas lors des émeutes de 1999. Maurice n'est donc pas à l'abri de crises intérieures. Pour les éviter, les tenants de l'activité doivent faire en sorte que le tourisme ne profite pas seulement à une minorité : il y a, semble-t-il, un seuil de tolérance à la poursuite de son développement. Il réside dans le sentiment qu'éprouvent de nombreux Mauriciens tenus à l'écart de ses retombées tout en en supportant les inconvénients et en voyant quelques privilégiés s'enrichir alors qu'ils s'appauvrissent avec le retour de l'inflation et du chômage.

Un autre problème réside dans le déséquilibre croissant entre le nombre total de visiteurs et la population locale. Certains redoutent désormais qu'une partie de la population (celle qui ne profite pas, ou peu des retombées économiques) finisse par manifester un rejet du tourisme et des touristes. L'HRIM estime pourtant que l'objectif d'accueillir deux millions de vacanciers en 2015 ne pose aucun problème : répartis sur un an et compte tenu que la durée moyenne d'un séjour est de dix jours, cela ne fera qu'environ 55 500 visiteurs en permanence sur l'île soit 4,5% de sa population (1 250 000 habitants répartis sur 1 865 km²), de plus, concentrés dans des lieux précis¹⁰. Les incidents ponctuels qui se produisent dans les zones les plus fréquentées contredisent ces arguments : les pêcheurs de la région du Morne se plaignent par exemple de ne pouvoir pêcher en toute quiétude en raison des activités de surf et des bateaux de plaisance. À Saint-Félix, les habitants se sont regroupés en association « Pa tous nou laplaz » pour protester contre une décision gouvernementale d'accorder à des promoteurs plus de 72 000 mètres carrés de plages publiques. Pour répondre à ces réticences, l'État oblige les promoteurs à financer des actions sociales dans leurs zones d'implantation (rénovation et construction d'infrastructures) à hauteur de 25 millions de roupies¹¹. Plus encore, il a récemment refusé sous la pression des populations et parfois des écologistes d'avaliser des projets comme ce fut le cas à l'île aux Bénitiers et à l'île aux Deux Cocos.

Si jusqu'à présent les tensions entre autochtones et les projets touristiques demeurent locales (conflits relatifs à des terres convoitées), les propos tenus à propos des IRS (« on

10. Les Maldives (350 000 habitants) accueillent près de 600 000 touristes par an.

11. Pour ne pas retarder leurs projets, des promoteurs préfèrent indemniser directement les villageois même s'ils estiment que leurs mouvements d'opposition n'ont d'autres buts que d'obtenir des dédommagements injustifiés.

vend Maurice aux étrangers ») montrent un changement d'échelle : un réel sentiment de rejet s'amorce car l'espace touristique empiète désormais trop sur celui alloué aux Mauriciens. L'amélioration de leurs conditions de vie a fait que le littoral est devenu un espace social qu'ils utilisent durant les week-ends et leurs congés (Magnan 2007). Aussi, leurs ambitions quant à l'usage des « dernières plages disponibles » entrent en conflit avec celles des hôteliers qui entendent les confisquer à des fins touristiques. Alexandre Magnan (2007) a montré que ces problèmes ne se posent pas (encore) d'un point de vue strictement quantitatif mais surtout d'un point de vue qualitatif (attractivité et accessibilité des plages), les complexes hôteliers s'accaparant les derniers beaux sites d'accès facile.

À ces réticences face au développement toujours plus important de l'industrie touristique s'ajoutent des considérations environnementales : l'exploitation intensive du littoral n'entraîne-t-elle pas une saturation de l'espace ? Le linéaire côtier représente 322 kilomètres dont 267 situés à l'arrière d'une barrière récifale trouée de multiples passes, formant ainsi de nombreuses baies et anses (Cazes-Duvat et Paskoff 2004). Les plages de sable blanc convoitées par le tourisme en constituent près des deux tiers (Magnan 2007 : 341-372). Les hôtels et les « campements » occupaient 3,1% du linéaire disponible en 1975, 13% en 1996 et près de 20% aujourd'hui. Les emplacements libres se raréfient si bien que les derniers espaces libres sont convoités et les prix flambent. Par ailleurs, des signes de détérioration de l'environnement (dégradation du lagon, érosion des côtes) sont perceptibles et des paysages, auparavant sauvages, ont été défigurés par des complexes hôteliers. Enfin, l'île connaît des problèmes d'approvisionnement en eau en raison de la pression exercée par le secteur touristique (entretien des piscines, des golfs, des gazons, etc.) et les champs de canne.

Conclusion

Sur l'île Maurice, le tourisme a reproduit les mêmes hiérarchies que celles qui prévalaient dans l'économie de plantation. Il a ainsi conforté l'héritage socio-économique colonial qui continue d'imprégner la société mauricienne encore très marquée par l'esclavage et le travail journalier. Comme le textile auparavant, le tourisme a contribué à maintenir les inégalités et n'a donc pas réduit les barrières sociales, raciales et intercommunautaires. Contrairement à la Thaïlande par exemple, où l'État a favorisé le développement du tourisme domestique (notamment sur des sites historiques majeurs) pour favoriser le sentiment d'unité nationale et pacifier les relations sociales (Evrard 2006 : 151-167), le tourisme à Maurice demeure principalement, en dépit de son ouverture récente à l'écotourisme, essentiellement international et balnéaire. Les visiteurs ne se rendent pas, par exemple, à l'Aapravasi Ghat, lieu où plus de 400 000 travailleurs indiens « engagés » ont débarqué, ni au lac sacré de Grand Bassin, ni dans les pagodes de Port-Louis ou sa cathédrale ni enfin dans le musée « l'Aventure du sucre » installé sur l'ancienne usine de Beau Plan.

Le développement touristique de l'île a, certes, créé des emplois et distribué des revenus. Il n'a toutefois pas réduit les inégalités sociales. Les Créoles notamment, plus que les autres communautés nationales, ont été tenus à l'écart de ses retombées comme ils l'ont été en partie du « miracle » économique des années 1980 et 1990. Le sentiment d'exclusion ressenti par une partie de la population, pas seulement d'ailleurs d'origine créole, et la détérioration de ses conditions de vie avec le retour de l'inflation et du chômage pourraient, un jour, mettre en péril la stabilité politique du pays et la paix sociale, atouts

majeurs du tourisme mauricien et condition *sine qua non* à son épanouissement. Des troubles intérieurs anéantiraient alors sur-le-champ de longues années d'efforts comme ce fut récemment le cas au Kenya. Maurice ne semble pas à l'abri de ce type de situation compte tenu des multiples tensions qui traversent une société qui, sous de nombreux aspects, paraît « bloquée ».

Références citées

- ALLEN, Richard, 1984. "Indian Immigrants and the Beginnings of the Grand morcellement (1860-1885)", in Utamah Bissoondoyal (ed.), *Indian Overseas: The Mauritian Experience*, pp. 340-347. Moka (Mauritius): Mahatma Gandhi Institute.
- BARLET, Sandra, Jean-Marie COLLOMBON et Danièle RIBIER, 2004. *Tourisme solidaire et développement durable*, AGRIDOC. Paris : Éditions du GRET.
- CAZES-DUVAT, Virginie et Roland PASKOFF, 2004. *Les littoraux des Mascareignes entre nature et aménagement*. Paris : L'Harmattan.
- CHAZAN-GILLIG, Suzanne, 2004. "The roots of Mauritian multi-culturalism and the birth of a new social contract : Being creole, being autochtone". *Journal of Mauritian Studies. New Series*, 2 (1), pp. 64-86.
- DELOITTE and TOUCHE, 2002. *Tourism Development Plan for Mauritius*. Port-Louis: Sigma-Ove Arup and Partners, (3 volumes).
- DURAND, Joyce et Jean-Pierre, 1975. *L'île Maurice : quelle indépendance ? La reproduction des rapports de production capitalistes dans une formation sociale dominée*. Paris : éditions Anthropos.
- EVARD, Olivier, 2006. « L'exotique et le domestique. Tourisme national dans les pays du Sud : réflexions depuis la Thaïlande », in *Autrepart* 40, pp. 151-167. Paris : Armand Colin/IRD.
- GABRIEL, Claude, 1983. « Communalisme, structures sociales et dépendance économique à l'île Maurice », *Politique Africaine*, pp. 97-112.
- GRÉGOIRE, Emmanuel et Hervé THERY, 2007. « L'Ogre et le petit Poucet, le Brésil et l'île Maurice dans le négoce mondial du sucre », *L'Espace géographique*, 36, pp. 267-282.
- MAGNAN, Alexandre, 2007. « Tourisme et réserves d'espaces pour les pratiques locales sur les littoraux de l'île Maurice », *Cahiers d'Outre-Mer*, 240 (60), pp. 341-372.
- MINISTRY OF TOURISM, LEISURE AND EXTERNAL COMMUNICATIONS, 2006. *Handbook of Statistical Data on Tourism*, 26. Port-Louis: Ministry of Tourism.
- PEBARTHE, Hélène, 2000. *Littoral mauricien et tourisme, quelles perspectives de développement et de gestion intégrée pour le sud-est de l'île ?* Paris : GRAFIGEO, collection Mémoires et documents de l'UMR Prodig, 2000-12.
- TOUSSAINT, Auguste, 1972. *Histoire des îles Mascareignes*. Paris : Berger-Levrault.

1. Écrire le mythe, réécrire l'histoire

Une légende à des fins touristiques dans la Roumanie communiste

Les circuits à thème « Dracula, Vérité et Légende »

Mihaela HAINAGIU

Résumé : *Croisant et recroisant motifs littéraires, historiques, filmiques avec des éléments patrimoniaux, jouant constamment sur les frontières entre le vrai et le faux, juxtaposant folklore et archives, le tourisme américain des années 1970 assura, autour du personnage de Dracula, la promotion d'un nouveau lieu touristique, susceptible d'attirer le public américain : la Roumanie et tout particulièrement la Transylvanie, terre du vampire Dracula. Face à l'intérêt touristique américaine, véritable opportunité pour asseoir un secteur touristique international roumain, quelles réponses ont été données par le régime communiste de Nicolae Ceausescu ? À partir de l'étude des circuits « Dracula, Vérité et Légende », mis en place par le ministère du Tourisme roumain au milieu des années 1970, cet article analyse comment le régime de Nicolae Ceausescu a constitué ce type de tourisme en enjeu, et les usages qui en ont été faits. On montrera, dans un premier temps, que, à l'époque communiste, le secteur touristique a une mission patriotique chargée d'élaborer et de diffuser une identité nationale, conciliable avec le communisme. Dans un second temps, on s'attachera à mettre en évidence les limites de cette politisation du tourisme.*

Mots-clés : tourisme, Roumanie, Dracula, nationalisme.

Abstract: *Touristic expansion is correlated with patrimonial practices, and a historical or political motif, a literary myth can be thus incarnated in a real area or an imaginary place. This is the case with the "Myth of Dracula": by crossing and recrossing. Interweaving literary, filmic and historical allusions, with patrimonial elements, playing constantly on the boundary between true and false, combining folklore and archives, American tourism promoted in the 1970s, around the personage of Dracula, a new touristic site supposed to attract the American public: Romania, and in particular Transylvania, country of the vampire Dracula. In face of this American touristic interest, which offered a real opportunity to establish a Romanian international touristic activity, what were the answers given by the communist regime of Nicolae Ceausescu? Based on the study of the circuits "Dracula, the Truth and the Legend", conceived by the Romanian ministry of Tourism in the middle 1970s, this article analyses how Nicolae Ceausescu's regime transformed and used this tourism. In the first section of the paper; I will show that, during the communist period, the touristic sector has a patriotic mission responsible for the elaboration and the diffusion of a national identity compatible with communism. Second, I will try to emphasize the limits of this politization of tourism.*

Key words: tourism, Romania, Dracula, nationalism.



Carte de la Roumanie indiquant le trajet suivi par les touristes lors des circuits à thème Dracula.

L'histoire du tourisme est faite de l'invention incessante de nouvelles pratiques touristiques et de mises en scènes de nouveaux lieux (Boyer 2002). Rendre attractif un nouveau lieu, c'est souvent le doter d'une histoire inspirée de travaux d'ethnologie et de littérature pour piquer l'intérêt et alimenter la curiosité des publics. Dans de nombreux pays, l'expansion du tourisme est ainsi corrélée à des usages patrimoniaux et un motif historique ou politique, un mythe littéraire peuvent ainsi s'incarner dans un lieu ou un espace imaginaire. Tel est le cas du mythe de Dracula et des usages qu'ont pu en faire les entrepreneurs de tourisme tant aux États-Unis qu'en Roumanie¹.

Au tournant des années 1970, le comte vampire Dracula, personnage issu du roman de Bram Stoker² et de nombreux films américains, est reconverti en motif touristique. Inspiré à la fois de la fiction littéraire et filmique et d'un travail proprement historique (Florescu et McNally 1972) insérant Dracula dans une filiation attestée avec un voïevode valaque³ du 15^e siècle (Vlad l'Empaleur, connu également sous le sobriquet de « Drăculea⁴ »), un personnage flamboyant du nom de Dracula émerge progressivement. Croisant et recroisant motifs littéraires, historiques, filmiques, avec des éléments patrimoniaux, jouant constamment sur les frontières entre le vrai et le faux, juxtaposant folklore et archives, l'industrie touristique américaine de cette période assura la promotion d'un nouveau lieu susceptible d'attirer le public : la Roumanie et tout particulièrement la Transylvanie, terre du vampire Dracula. L'étrangeté, voire l'exotisme d'un tel lieu pour un public américain se conjugue avec une sorte d'attraction apeurée à l'égard d'un pays aux frontières fermées appartenant « au bloc communiste », à l'époque de la guerre froide.

De son côté, la Roumanie communiste privilégie à cette époque un tourisme centré essentiellement sur l'espace national (Istrate *et al.* 1996, cité in Muresan *et al.* 1998). Le secteur international du tourisme roumain, censé prendre en charge les visiteurs américains susceptibles de venir en Roumanie « à la recherche de Dracula », est peu développé, en raison notamment de la politique de restrictions et de surveillance des étrangers, de la peur de leurs possibles ingérences dans les affaires de l'État, mais également à cause de la priorité accordée à d'autres secteurs de l'économie nationale (Muresan *et al.* 1998 : 74).

Face à l'offre touristique américaine, véritable opportunité pour asseoir un secteur touristique international roumain, quelles réponses ont été données par le régime communiste de Nicolae Ceausescu ? Cette question est d'autant plus légitime qu'elle

-
1. Je remercie Rose-Marie Lagrave, Lucian Daramus, les lecteurs anonymes de *Civilisations* et les coordinateurs de ce numéro pour la lecture attentive de cet article. Je tiens également à remercier ici Anne-Marie Thiesse, Gabrielle Schütz, J.S. Eideliman et Laure Lacan pour les commentaires sur la première version de ce texte et Vintila Mihailescu pour des premiers débats sur le tourisme de Dracula. Toutefois, l'analyse faite ici n'engage que son auteur.
 2. Bram Stoker, 1897, *Dracula*, London, 1^{ère} édition.
 3. Le voïevode est un prince, un souverain d'une principauté, dans les pays d'Europe centrale. La Valachie est, au 15^e siècle, une principauté située sur le cours inférieur du Danube et, de nos jours, une région de la Roumanie.
 4. C'est le père de Vlad l'Empaleur qui, en 1431, a pris le nom de *Dracul* quand il a été inclus dans l'Ordre des Dragons. « Drăculea » est le sobriquet attribuée à Vlad l'Empaleur au Moyen Age, qui « signifiait simplement « le fils de Dracul » et était utilisé pour distinguer Vlad l'Empaleur de son père » (Light 2007 : 750).

s'inscrit dans un moment de réécriture de l'histoire nationale roumaine et de célébration des vertus patriotiques de Nicolae Ceausescu à travers la commémoration des chefs d'État qui l'ont précédé (Boia 1997 et Dragusanu 2002). Érigés en « héros nationaux » par le pouvoir, ces derniers constituent un Panthéon dans lequel Ceausescu sera l'ultime consécration. Il était par conséquent nécessaire de concilier un projet politique de construction de la Nation communiste dans lequel figure en bonne place Vlad l'Empaleur – ce qui était par ailleurs le cas au 19^e siècle, au moment de la création d'une conscience nationale des Roumains – et la possibilité de développement d'un secteur d'activité touristique aux fortes retombées économiques, représentée par l'offre américaine qui érige le héros national Vlad l'Empaleur en Comte vampire Dracula.

À partir de l'étude des circuits « Dracula, Vérité et Légende »⁵, mise en place par le ministère du Tourisme roumain au milieu des années 1970, cet article analyse les enjeux de ce type de tourisme pour le régime de Nicolae Ceausescu et les usages qui en ont été faits. On montrera, dans un premier temps, que durant cette période, le secteur touristique est redevable d'une mission patriotique chargée d'élaborer et de diffuser une identité nationale, conciliable avec le communisme. Si de nombreux travaux sur la construction de la Nation roumaine à l'époque communiste ont analysé les écrits des intellectuels (Verdery 1991), le folklore (Karnouh 1990), l'historiographie (Verdery 1991) ou les commémorations (Dragusanu 2002) pour mettre au jour la dimension politique qu'ils recèlent, le secteur touristique a échappé à cette lecture⁶. Or il apporte une contribution complémentaire à cette entreprise. Dans un second temps, on s'attachera à mettre en évidence les limites (notamment en termes d'attraction des touristes étrangers sur une longue durée) d'une réappropriation politique du motif Dracula en Roumanie au profit d'une fuite dans l'imaginaire.

La genèse des circuits « Dracula, Vérité et Légende »

Les agences touristiques qui proposent en premier aux touristes des programmes utilisant le thème Dracula sont, dans la seconde moitié des années 1960, anglaises et américaines. Néanmoins, selon une employée du comité d'organisation du département de propagande du ministère du Tourisme roumain que nous avons interviewée, ce thème ne semble pas préoccuper le tourisme roumain de l'époque, en raison peut-être d'une certaine méconnaissance⁷ du personnage de Bram Stoker à cette époque en Roumanie, mais aussi en l'absence d'un rapprochement clair entre ce personnage littéraire et une

5. Cet article s'appuie à la fois sur une enquête par entretiens, menée auprès des guides et d'autres acteurs du secteur touristique roumain de l'époque communiste et sur un travail d'archives (sur matériaux touristiques, monographies historiques, presse, almanachs, documents officiels du PCR). Pour rendre compte des usages du tourisme à l'époque communiste, cet article place la focale sur les producteurs d'un tourisme à thème Dracula en Roumanie. Or, il aurait été intéressant d'articuler cette analyse avec l'étude des motivations des touristes étrangers participant aux circuits. L'absence de cette analyse dans notre travail en constitue une limite.

6. Signalons le travail de Duncan Light (2007).

7. La nouvelle « Dracula » est traduite pour la première fois en roumain après 1989 (Light 2007).

figure appartenant à l'histoire roumaine⁸. L'intérêt de ce thème pour le tourisme roumain se révèle véritablement au début des années 1970, quand l'agence américaine « General Tours » propose au ministère roumain du Tourisme un voyage intitulé « Flash sur Dracula : Une aventure en Transylvanie »⁹, inspiré du programme « Sur les traces de Dracula »¹⁰ rédigé par Radu Florescu et Raymond McNally à la suite du succès de leur livre (Florescu et McNally 1972), qui associait explicitement le comte vampire au voïvode valaque. Le circuit de « General Tours » combine des spectacles dédiés au « vampire », et un tourisme patrimonial : des spectacles son et lumières sur le « tombeau du vampire Dracula », situé à proximité de Bucarest, sont ainsi associés à des visites d'un château fort bâti par Vlad l'Empaleur en Valachie. Ces circuits proposent ainsi une sorte de mise en spectacle d'hypothèses érudites avancées par les historiens R. Florescu et R. McNally. L'offre touristique de l'agence américaine est finalement rejetée par le ministère du Tourisme roumain en raison du label « vampire Dracula » attaché aux sites historiques liés à Vlad l'Empaleur et de la présentation de la Transylvanie comme terre de superstitions.

Néanmoins, l'idée d'une adaptation de ce thème fait par la suite son chemin dans le tourisme roumain. Un employé du ministère du Tourisme, qui restitue pour nous la genèse des circuits roumains, présente les premiers moments de la création d'un motif de « Dracula » en Roumanie comme un moment de doutes et de tâtonnements :

« On a eu, à ce moment-là, quand cette brochure-là y est arrivée (au ministère du Tourisme), un ministre du Tourisme, [...] qui nous dit (se référant au programme proposé par General Tours): « Messieurs, qu'est-ce que c'est que ce truc? » Eh bien, il avait évidemment pas lu « Dracula » (le roman de Bram Stoker), [...] Et nous, nous l'avons éclairé... Moi, je travaillais à l'époque au département de promotion extérieure, j'avais déjà lu ce livre, je savais... Et il nous dit : « [...] C'est quoi Dracula alors ? » « Ah, Monsieur le ministre, c'est beaucoup de films, beaucoup de livres ! » « Ah, oui ?! Mettez-vous alors à faire des expérimentations pour qu'on sache, nous aussi, de quoi il s'agit exactement ! » (Entretien 2003, Bucarest).

Le ministère du Tourisme roumain se réapproprie ainsi l'idée et met en place à titre d'expérimentation deux types de circuits à thème Dracula. Si les deux circuits envisagés se proposent de faire suivre aux touristes le même trajet – de la capitale Bucarest à Brasov, ville située au pied des Carpates en Transylvanie, ils se différencient cependant par les récits transmis par les guides. Un premier circuit expérimental se centre sur la mise en récits des superstitions populaires roumaines – les croyances dans les « strigoi » (revenants) – tandis que le second s'attache à l'exposition des hauts faits de Vlad l'Empaleur. Le point commun de ces deux circuits réside dans la volonté du ministère du Tourisme roumain de distinguer fortement projet roumain et projet américain. Ainsi,

8. À part l'étude philologique des noms « Vlad l'Empaleur » et « Dracole », réalisée par G. Nandris (1959), qui suggère qu'il doit y avoir une raison dans l'association que B. Stoker a établie entre les deux, l'historiographie roumaine n'a pas produit, jusqu'aux années 1970, des travaux examinant explicitement le rapport entre la nouvelle de Stoker et l'histoire de Vlad l'Empaleur. Au début des années 1970, Dracula et Vlad l'Empaleur ne sont donc pas pensés ensemble en Roumanie.

9. En version originale *Spotlight on Dracula : An Adventure in Transylvania*, Brochure touristique, 1972. C'est nous qui traduisons.

10. En version originale, *In Search of Dracula*, c'est nous qui traduisons.

pour le premier circuit, au motif du « vampire »¹¹ est opposée la catégorie folklorique roumaine de « strigoi »¹², et dans le second circuit, le voïvode Vlad l'Empaleur est censé tenir en respect le comte vampire Dracula.

C'est le second circuit fondé sur un discours se voulant historique qui va finalement être choisi par le ministère du Tourisme roumain. Intitulé « Dracula, Vérité et Légende », ce circuit finit par s'imposer à partir du milieu des années 1970 et il est promu par l'Office National de Tourisme Carpates (ONT), l'unique tour opérateur roumain à cette époque. Ces circuits agencent les récits des guides concernant la vie et le règne de Vlad l'Empaleur (les luttes contre les Turcs), et l'exposition des sites historiques présentés comme des traces du passage glorieux de l'Empaleur. La capitale de la Valachie à l'époque de l'Empaleur, et le château fort de Poienari, bâti, selon une légende, par Vlad l'Empaleur à l'aide de boyards¹³ de Targoviste deviennent « un lieu de mémoire » attestant de la continuité de l'histoire roumaine dans la longue durée. La liste des lieux choisis visités par les touristes met en évidence en outre une invention des traditions (Hobsbawm 1995) : un château transylvain, résidence de la reine Marie, épouse de Ferdinand de Roumanie, va être introduit dans le circuit, et présenté aux touristes comme le lieu de naissance de Vlad l'Empaleur, désigné aussi comme « Dracula historique », alors qu'il n'existe aucun document l'attestant. Cette invention s'inspire de l'imagination des touristes étrangers eux-mêmes qui, visitant la Roumanie antérieurement et dans le cadre d'autres programmes, avaient trouvé une ressemblance entre ce château et le château décrit par Stoker comme le « Château des Carpates », résidence du vampire Dracula (Light 2007). L'historicité de Vlad l'Empaleur, telle qu'elle est présentée aux touristes au travers des récits des guides, est donc tissée à la fois de discours savants roumains, d'éléments imaginés, et de lieux historiques réels mais arrangés.

Comment comprendre le choix fait par les responsables du secteur touristique d'un circuit Dracula centré sur l'histoire héroïque du pays ? Replacer ce choix dans le contexte politique interne de l'époque et l'analyser en lien avec la vision américaine permet d'en éclairer les logiques.

Quand l'histoire le dispute à la légende : deux versions d'un même motif

Le choix du circuit roumain est fondé sur une volonté de se distinguer du circuit américain peut être mieux compris comme contrastant avec les significations attribuées au motif Dracula aux États-Unis. Toutefois, l'évolution du motif roumain de Dracula est redevable à la fois au contexte politique interne et aux usages roumains de la version américaine.

11. Pour une présentation du thème du *vampire* dans la littérature anglo-saxonne et de ses caractéristiques nous renvoyons au travail de J. Marigny (1993).

12. Dans le folklore roumain, on ne se sert quasiment pas du terme *vampire* pour désigner les revenants (Florescu et McNally 1973 : 169). D'autres termes sont employés : *strigoi*, *moroi*, etc. pour nommer les âmes des morts qui sortent des tombes durant la nuit.

13. Nobles roumains. Le terme « boyards » désigne l'aristocratie des pays orthodoxes.

Les versions occidentales de Dracula

Un regard rétrospectif sur la littérature et la filmographie à succès autour du vampire Dracula produites en dehors de la Roumanie montre que ce motif a connu plusieurs versions au fil du temps.

La nouvelle « Dracula » de Bram Stoker, parue en 1887, appartient à la littérature fantastique, et s'emploie à donner à travers le personnage de Dracula une illustration du Mal universel qui hante les vivants, mais que ces derniers parviennent finalement à vaincre. Le récit se présente comme l'histoire d'un voyage que le jeune clerc de notaire, Jonathan Harker, entreprend en Transylvanie, en vue de négocier et de conclure une affaire immobilière. Selon les termes de son journal intime, il arrive en Transylvanie, région des « quatre races » réputée conservatoire des superstitions populaires, et découvre bientôt le secret du comte transylvain : c'est un mort vivant, qui ne laisse aucun reflet dans le miroir, et qui sort de son cercueil pendant la nuit pour assouvir sa soif de sang humain. Au terme de ses aventures, Jonathan Harker se fait aider par des spécialistes des vampires avec lesquels il transperce le cœur de Dracula de deux coups de poignards, pour délivrer sa fiancée du Mal qui s'était emparée d'elle. La fin de la nouvelle marque la victoire de la Vertu sur le Vice, du Bien sur le Mal, confortant ainsi la morale de cette période victorienne (Marigny 1993).

La même logique d'illustration d'un Mal universel est à l'œuvre dans la construction de la figure de Dracula consacrée par le cinéma des années 1930. Bela Lugosi, acteur d'origine hongroise, émigré aux États-Unis en 1921, incarnera avec succès Dracula (notamment dans le film de 1931, mis en scène par Tod Browning). C'est l'accent hongrois, la lenteur du phrasé, le visage pâle qui vont imposer dans les années 1930 la figure du vampire Dracula au cinéma à côté de celle du monstre Frankenstein.

Or, le traitement cinématographique et littéraire du vampire Dracula semble être renouvelé dans les années 1970, en même temps que paraît aux États-Unis l'ouvrage de deux historiens de l'Université de Boston, R. Florescu et R. McNally. La parution du livre « À la recherche de Dracula : une vraie histoire de Dracula et des légendes des vampires » (Florescu et McNally 1972) marque, du moins peut-on en faire l'hypothèse, le début de l'identification du personnage de « Dracula » de Stoker avec le voïvode valaque du 15^e siècle. La présence dans l'œuvre de Stoker de références géographiques et historiques a en effet incité R. Florescu et R. McNally à se demander si cet auteur ne s'était pas inspiré de l'époque et du règne de Vlad l'Empaleur pour donner vie au personnage de Dracula. Dans leur recherche, les auteurs analysent conjointement les sources de Stoker, l'époque et le règne de Vlad l'Empaleur et les croyances populaires de Transylvanie. Ils montrent que Bram Stoker s'est fondé sur des sources « authentiques » pour créer le plus « terrifiant et célèbre des vampires ». Selon les deux historiens, les pratiques d'empalement de ses ennemis, attestées par des chroniques saxonnes du 15^e siècle, seraient des indices probants de la cruauté de Vlad l'Empaleur.

Plusieurs textes littéraires, programmes touristiques, films¹⁴ documentaires ou fictions vont reprendre ultérieurement cette logique en retraçant la filiation historique du personnage stokerien et en la renforçant, en s'attachant à incorporer l'histoire de Vlad

14. Pour un aperçu de la filmographie sur Dracula, voir Florescu et McNally (1972) et la base de données du film mondial IMBD (Site Internet : <http://us.imdb.com>).

L'Empaleur dans l'histoire du vampire Dracula¹⁵. D'où un triple glissement de la version que Bram Stoker a donnée sur Dracula. De l'image du vampire, on opère un déplacement vers l'image du voïvode valaque; des renseignements historiques arrangés, fournis par Stoker dans sa nouvelle¹⁶, on passe à des faits attestés par des documents historiques; des lieux imaginés de la Transylvanie¹⁷, on en vient à des lieux concrets, précis, repérables.

Ce triple déplacement produit une identification du vampire Dracula avec Vlad l'Empaleur, et celle de la Transylvanie (et, partant de la Roumanie) avec un territoire sauvage terrifiant. Ainsi, la version américaine, cristallisée dans les années 1970 permet de substituer à l'incarnation du Mal universel une incarnation historique du Mal, à partir du réinvestissement fictionnel d'un personnage historique.

La version roumaine

Alors qu'en Occident, le motif de Dracula des années 1970 se situe à la charnière d'une construction artistique et d'une entité historique, à la même époque en Roumanie communiste, une autre variante de ce motif est façonnée par les élites nationales qui s'attache, au contraire, à distinguer les deux. Les élites communistes roumaines élaborent une variante du motif « Dracula » qui consacre et consolide l'image de héros national de Vlad l'Empaleur, tout en s'attachant à mettre en évidence le caractère légendaire de l'ouvrage de Bram Stoker. La distinction entre Vlad l'Empaleur et Dracula, à l'œuvre dans la variante roumaine des années 1970, suppose donc la fabrication du premier en héros national et la négation historique de l'autre, relégué au rang de pure fiction.

Les circuits « Dracula, Vérité et Légende » seront donc là pour témoigner de la volonté de distinguer les deux figures, tout comme deux monographies historiques roumaines consacrées à Vlad l'Empaleur qui paraissent dans la deuxième moitié des années 1970, quelques années après la mise en place des circuits¹⁸. Dotée, dans cette période, d'un grand pouvoir de légitimation¹⁹, l'historiographie sur Vlad l'Empaleur doit donc fonder historiquement les pratiques touristiques à propos de Dracula pour montrer l'exemplarité du règne de Vlad l'Empaleur dans l'Histoire des Roumains. Dès lors, on constate un procès d'héroïsation de ce dirigeant par le pouvoir communiste. Pour accomplir ce travail d'héroïsation, l'historiographie communiste s'inspire largement d'une tradition historiographique et littéraire remontant au 19^e siècle. Car, dès le début du 19^e, Vlad

15. Voir, par exemple, le film *In search of Dracula* (Aspekt Films, Suède, 1972), qui entrelace des aspects du folklore transylvain, de l'image de Vlad L'Empaleur et de celle du vampire Dracula. Pour d'autres exemples à ce sujet, voir Miller (1997).

16. Pour des exemples, voir Miller (1997).

17. Chez Stoker, le Château de Dracula est situé dans le Défilé de Bârgau, alors qu'il n'y avait aucun château à cet endroit.

18. Une forte production iconographique, littéraire et cinématographique liée à Vlad l'Empaleur participe également, au milieu des années 1970 à ce processus.

19. Au 11^e Congrès du Parti Communiste Roumain (PCR) de 1974, on approuve l'introduction d'un chapitre d'histoire dans le programme politique. Le passé national est ainsi converti en tradition du PCR et la révolution socialiste est prise pour l'aboutissement heureux d'une construction de la nation roumaine dont les origines se perdent dans les temps reculés des Daces et des Romains (Dragusanu 2002). Le réinvestissement idéologique du passé national passe par la résurgence et la construction des « héros nationaux » (Boia 1997; Dragusanu 2002).

L'Empaleur est consacré comme un héros national roumain à travers²⁰ le poème épique *Tiganiada* de l'érudit roumain Ion Budai Deleanu ou les écrits des historiens romantiques, de la génération de 1848 qui se servent de la lutte du voïvode valaque pour l'indépendance du pays pour éveiller la conscience nationale (Florescu et McNally 1973). La période communiste n'est donc pas la première à consacrer Vlad l'Empaleur en tant que « héros national ». Le mythe du voïvode accompagnait en effet la construction nationale roumaine du 19^e siècle, dont s'inspire l'idéologie nationaliste de N. Ceausescu.

La monographie *Vlad l'Empaleur* (1979) de Nicolae Stoicescu²¹ insiste par exemple sur le combat du voïvode valaque pour la justice sociale et l'indépendance du pays. Dans l'avant-propos, l'auteur affirme que, dans cette période, la parution d'une monographie historique qui rende « à l'histoire la vraie personnalité de Vlad l'Empaleur », s'impose en raison des rapprochements qui ont été faits entre ce voïvode valaque et le vampire Dracula. Cette monographie s'assigne pour mission de démontrer que Vlad l'Empaleur est un « courageux voïvode de la Valachie, qui mérite pleinement une place d'honneur dans la galerie des grands héros du passé glorieux de la patrie » (Stoicescu 1979 : 6), alors que le vampire Dracula est le fruit d'une légende tissée au fil du temps par la littérature et les films. « Histoire » et « Légende », tel est le clivage que cet historien institue pour distinguer les deux figures.

Ainsi, pour démontrer le caractère historique de la figure illustrée par son ouvrage et en même temps le caractère légendaire illustré par les productions littéraires ou cinématographiques liées à Dracula, l'auteur met en avant l'idée que les matériaux propres au travail d'un historien se différencient sensiblement de ceux mobilisés par un écrivain ou un metteur en scène. Il creuse ainsi une opposition entre l'Histoire et la Littérature. Car si l'objectif premier de l'Histoire consiste, selon l'auteur, à « reconstituer » la « vérité » historique, la Littérature demeurerait dans le registre de la « création ». Ces deux termes utilisés par l'auteur suggèrent une antinomie entre la *restitution* de faits disparus et la *création*, donc *l'invention* des faits. Il est porteur de la croyance positiviste voulant que les documents cités soient des preuves absolues de l'établissement de la vérité historique, d'où la fréquence d'expressions telles que « restituer », « sur la base des sources historiques », « toutes les sources narratives », « toutes les (sources) documentaires connues », « prouver », etc.

Pour étayer sa démonstration, N. Stoicescu propose une interprétation de la « cruauté » dont aurait fait preuve Vlad l'Empaleur différente de celle de ses collègues des États-Unis. Rappelons que Florescu et McNally avaient suggéré dans leur ouvrage que c'étaient les pratiques de punition des ennemis propres à Vlad l'Empaleur, qui, attestant d'une grande cruauté de ce voïvode, auraient décidé Bram Stoker à le convertir en vampire sanglant. Or, selon l'historien roumain, la cruauté du voïvode valaque doit être plutôt comprise comme

20. Les exemples sur cette question sont nombreux. Voir les travaux de Florescu et McNally (1973) et Buican (1991).

21. Un élément principal nous pousse à choisir cette monographie historique pour rendre compte de la voix officielle du PCR à l'égard de Vlad l'Empaleur : sa forte diffusion. L'ouvrage est publié à deux reprises en roumain (1976, 1979) et traduit en anglais (1978), ce qui porte à croire que vu la censure exercée durant cette période sur les publications et la forte idéologie officielle du PCR, il cadrerait parfaitement avec cette dernière. On peut supposer que la monographie de Stoicescu s'est faite d'une certaine manière porte-parole de l'idéologie officielle et que, de la sorte, elle a participé d'une démarche historique de construction de l'Histoire nationale à l'époque communiste.

une stratégie politique appropriée aux vicissitudes de son époque, où, pour parvenir à vaincre ses ennemis, il fallait avoir une main de fer. Ainsi, pour lui, comme pour nombre d'historiens roumains qui l'ont précédé²², si Vlad l'Empaleur était cruel, c'est que la situation politique l'y poussait et non qu'il se divertissait des souffrances des autres. L'interprétation que N. Stoicescu donne de la « cruauté » imputée à Vlad l'Empaleur part donc du constat d'une particularité expliquée par des conditions historiques générales (les conditions historiques difficiles nécessitent la cruauté), tandis que ses prédécesseurs manient le syllogisme pour en déduire que « Tous les hommes cruels sont des tyrans. Étant cruel, Dracula était un tyran ».

À partir de l'analyse de cette monographie, nous pouvons mettre en évidence trois dimensions de l'héroïsme dont serait doté Vlad l'Empaleur à l'époque communiste : des ressources personnelles; des stratégies politiques appropriées aux temps; une vision du rôle du dirigeant soucieux du bien commun, du *peuple*. Ces trois dimensions entrelacées transforment Vlad l'Empaleur de la qualité de « tyran sanglant » à sa consécration en « héros courageux ».

L'analyse de cette monographie historique permet de mieux comprendre les logiques à l'œuvre dans le choix d'un discours à connotations historiques comme support des circuits « Dracula, Vérité et Légende ». Si ces logiques sont propres au contexte politique communiste, caractérisé par une réécriture de l'Histoire, elles s'inscrivent aussi dans la longue durée de la construction de l'identité nationale roumaine.

Au terme de cette analyse des deux variantes du même motif, on constate que la version roumaine des années 1970 du motif Dracula s'attache à creuser l'écart, voire à s'opposer aux versions littéraires, historiographiques, touristiques, américaines de ces mêmes années. Mettant à profit l'analyse d'E. Goffman (Goffman 1975), on pourrait interpréter cette création en miroir inversé de la variante roumaine du motif de Dracula par rapport à la version américaine du même motif comme un retournement du stigmaté représentant une vision négative de Vlad l'Empaleur et sa mise à profit à des fins économiques et politiques. On pourrait aussi penser que les guerres « microcolines » autour de Dracula sont des micro-versions de la guerre froide qui mobilisaient tant les élites communistes que les responsables des « tours operators », friands d'exotisme pour tout ce qui se cachait derrière le rideau de fer. Cette hypothèse peut prendre sens dans l'analyse plus précise des enjeux politiques qui sous-tendent la conception et la mise en place des circuits roumains à propos de Dracula.

La multiplicité des enjeux des circuits « Dracula, Vérité et Légende »

La construction de la version roumaine de Dracula est le résultat synthétique d'enjeux politiques internes et externes à la Roumanie, dans lesquels objectifs patriotiques, territoriaux et de politique extérieure se croisent et se renforcent mutuellement.

Objectifs patriotiques

Petre Popescu²³, guide touristique dans les années 1970, ayant participé à la conception des circuits « Dracula, Vérité et Légende », témoigne dans un entretien des objectifs

22. Pour une analyse des écrits historiographiques roumains sur Vlad L'Empaleur, voir Boia (1997).

23. Pour préserver son anonymat, le nom a été changé.

patriotiques des circuits promus sous le communisme et du rôle pédagogique dont le guide était investi, témoignage qui corrobore les récits livrés par d'autres guides que nous avons interrogés. Tous soulignent l'importance accordée à la pratique du tourisme comme mission pédagogique, enracinée dans les valeurs nationales, laquelle impliquait d'enseigner l'histoire nationale aux touristes étrangers. Telle était l'injonction du PCR à l'égard des guides.

En outre, l'article 15 du programme de juillet 1971 confère au ministère du Tourisme des fonctions patriotiques : « Le ministère du Commerce intérieur, le ministère du Tourisme et les organes locaux du Parti et de l'État veilleront à ce que dans les espaces d'alimentation publique soit diffusée tout spécialement la création musicale de notre pays, en sélectionnant attentivement le répertoire étranger afin d'interdire les musiques qui expriment des courants décadents » (cité in Durandin 1994 :119). L'injonction de sélection des répertoires étrangers et la diffusion prioritaire des créations autochtones dévoilent une vision nationaliste du tourisme, envisagé comme mécanisme de réification de la *fiction politique* (Pinto 1986) que serait la nation communiste.

Dans un de ses ouvrages, Claude Karnoouh indique également qu'« une indéniable exigence d'identité nationale anime ces programmes de voyage organisés par des institutions attentives à la politique culturelle de l'État, sinon dirigées par des fonctionnaires chargés d'en contrôler la stricte application » (Karnoouh 1990 : 129). Pourtant, selon Karnoouh, le tourisme de masse est un phénomène trop récent dans le commerce international pour qu'on lui assigne le rôle de vecteur à part entière de diffusion de la propagande d'État; en revanche, en tant que savoir déjà ancien, antérieur au tourisme, le folklore en est, selon l'auteur, pleinement chargé. Néanmoins, l'analyse des circuits « Dracula, Vérité et Légende », la restitution du point de vue des guides qui y ont travaillé et les documents officiels concernant le rôle que le PCR attendait du ministère du Tourisme montrent que, dans ce cas, le tourisme devient justement un moyen privilégié d'imposition de la politique identitaire, qui s'articule avec le travail de construction identitaire. À l'instar donc de l'historiographie, de la littérature, des gigantesques spectacles folkloriques et commémorations des « héros nationaux », le tourisme trouve sa place dans l'entreprise politique de construction de la nation communiste. Nous rejoignons, à travers cette interprétation du rôle du tourisme à l'époque communiste, le propos d'Anne-Marie Thiesse qui souligne que, d'une manière plus générale, le tourisme fait partie de l'entreprise de construction des identités nationales : « le tourisme « bon » ou « mauvais » relève d'une activité économique qui se fonde principalement sur le patrimoine national et le reconforme pour une consommation ludique » (Thiesse 2001 : 255).

Objectifs de politique extérieure

On l'a vu, les circuits roumains à thème Dracula s'adressaient prioritairement à un public occidental. Prendre en considération le public cible des circuits permet de comprendre que les circuits « Dracula, Vérité et Légende » répondent à une autre injonction du PCR : à travers eux, la Roumanie communiste entend diffuser son discours identitaire dominant en Occident. C'était donc peut-être une manière de marquer l'indépendance politique du pays et le refus de toute ingérence politique extérieure dans les affaires internes. Ce discours identitaire dominant se fonde sur la mise en valeur des valeurs autochtones en même temps qu'il marque une mise à l'écart des valeurs internationales, celles de l'Autre.

Plusieurs éléments viennent à l'appui de cette hypothèse, en premier lieu les documents officiels. Les « Actes normatifs non publiés²⁴ » mettent en évidence les stratégies des élites communistes à l'égard des séjours des touristes étrangers en Roumanie, faisant transparaître le rôle de vecteur de diffusion de la politique officielle attribué au tourisme à cette période. Le premier paragraphe de ces « Actes » souligne en effet que les mesures prises visent à faire « croître le nombre des touristes étrangers²⁵ en Roumanie » et qu'elles ont pour « but la création de larges possibilités pour les touristes étrangers de connaître les réalisations du régime démocrate populaire et les beautés de la patrie ». L'article 15 du programme de juillet 1971 cité plus haut soulignait par ailleurs déjà la volonté de sélectionner les répertoires musicaux nationaux au détriment du « répertoire étranger ».

Les déclarations publiques des responsables politiques communistes à l'égard des circuits « Dracula, Vérité et Légende » allaient elles aussi dans ce sens. La justification donnée par ces derniers à propos de la mise en place de ces circuits montre également que la construction de la variante roumaine du motif de Dracula émerge par le jeu d'opposition entre le « monde » et « notre héros » : « [...] Ce que nous voulons faire est de montrer au monde notre héros [...] »²⁶. Le sens que nombre d'acteurs ayant participé aux circuits attribuent à la conception et à la mise en place de ces derniers par le régime communiste, dans les années 1970, conforte enfin notre hypothèse. Ainsi, lors de nos entretiens, Petre Popescu, guide touristique à l'époque, explique la décision du ministère du Tourisme de s'approprier le motif américain de Dracula en termes de « pragmatisme » : « *Donc vous observez alors le pragmatisme de la société fermée de type Ceausescu ... le communisme, ça veut dire : 'Vous voulez Dracula ?' 'Nous, on n'est pas d'accord avec lui, mais nous allons vous le donner !* »

Les documents et déclarations citées se fondent tous sur une opposition recherchée entre « Nous » et « Eux ». Cette opposition, exprimée dans des contextes différents et à travers des voix différentes, a vocation de rendre patent le choix de l'état pour valoriser ce qui est reconnu comme appartenant à « Nous ». Appréhendés sous cet angle, les circuits s'assignent donc pour mission de défendre les valeurs autochtones contre celles venues d'Occident. Ils illustrent de ce fait un trait essentiel du régime communiste de Ceausescu : le choix du national contre toute influence externe. Et l'observation de Catherine Durandin à l'égard du repli sur soi comme caractéristique particulière du régime de Ceausescu vient appuyer cette interprétation. Selon elle, c'est le choix des valeurs nationales que Ceausescu établit comme ligne directrice de sa politique : « Ceausescu choisit le populaire, le national contre l'invasion extérieure qui ne peut être, en cette fin de décennie soixante, qu'occidentale, d'un Occident américanisé. [...] Ce premier geste fonde une réflexion et une politique culturelle qui s'installent dans l'autochtonisme et le protochronisme. K. Verdery définit, quant à elle, ce protochronisme comme la résurrection des arguments indigénistes de l'entre-deux-guerres fondant l'essence nationale. [...]

24. « Les actes normatifs non publiés. Décisions du conseil des ministres. 1960. En vigueur le 1^{er} janvier 1975. Conseil Législatif », document officiel secret du PCR, rendu public en février 2008 par l'Institut de l'investigation du communisme en Roumanie et publié sur le site http://media.hotnews.ro/media_server1/document-2008-02-11-2331512-0-strategia-turistica-comunistilor.pdf (consulté le 29 mai 2008).

25. Mise en évidence par l'auteur.

26. Déclaration parue dans *la Tribune* du 31 octobre 1978.

Cette vague idéologique et culturelle [...] est significative d'un abandon des ouvertures occidentales au profit d'un repli défensif qui se confirme au début des années 1980 » (Durandin 1994 : 17).

Objectifs territoriaux

Un autre enjeu politique est également à l'œuvre dans la mise en place en Transylvanie des circuits « Dracula, Vérité et Légende » : la roumanisation de la Transylvanie. Sous Ceausescu, la construction de l'identité nationale passe en effet par une volonté d'imposition d'une politique d'homogénéité ethnique et d'unité nationale garantie par l'État²⁷.

La Transylvanie est une région de pluralité ethnique et donc de mélange et mixité des valeurs roumaines, hongroises, saxonnes. Elle est également l'espace où les producteurs de la nation hongroise ont puisé le répertoire folklorique national hongrois (Thiesse 2001 : 281). Situer des circuits qui visent à diffuser l'exemplarité d'un héros national roumain dans une province anciennement hongroise permet de roumaniser la Transylvanie. Grâce à la répétition des pratiques et circuits touristiques et leur accès à un public étranger, la Transylvanie devient progressivement aux yeux de tous un territoire roumain, ni hongrois, ni saxon.

Le responsable de l'agence roumaine de tourisme dans l'Amérique des années 1970, Marin Victor²⁸, un acteur important avec le guide Petre Popescu dans la mise en place des circuits « Dracula, Vérité et Légende », l'exprime d'ailleurs clairement lors des entretiens que nous avons faits avec lui. Il présente l'emplacement en Transylvanie des circuits comme une stratégie consciente des responsables politiques composant le Comité Central du PCR. Il est lui-même d'ailleurs convaincu de cette nécessité et affirme être parmi ceux qui ont contribué à faire prendre conscience aux élites communistes de cet important enjeu des circuits « Dracula, Vérité et Légende ». La trajectoire sociale de Marin Victor permet de montrer que l'enjeu territorial des circuits roumains est le produit de la rencontre d'une politique étatique communiste d'homogénéité ethnique et d'unité nationale en Transylvanie avec des schémas de pensée d'acteurs chargés de mettre en place ces circuits.

Économiste de formation, Marin Victor est affecté, dans les années 1960, à l'ONT Carpates. Il gravit les échelons et occupe successivement le poste de conseiller, puis de directeur adjoint. Au début des années 1970, il devient responsable d'un bureau de tourisme roumain en Amérique. Ses parents lui ont inculqué l'*ethos* du travail « bien fait », et il se passionne progressivement pour ce secteur d'activité. En Amérique, il se donne une double mission : diffuser en patriote l'exemplarité de l'histoire nationale des Roumains, tout comme la variété des formes de reliefs présents en Roumanie, et en bon économiste, augmenter le nombre de touristes américains en Roumanie. Pour réaliser ces objectifs, il envoie régulièrement des programmes touristiques à de nombreuses institutions américaines, organise des conférences au siège de l'agence, noue des partenariats avec des revues réputées pour diffuser des publicités sur le tourisme en

27. Voir, par exemple, la déclaration de Nicolae Ceausescu lors de la Conférence Nationale du PCR, publiée dans *Conferinta Nationala a Partidului Comunist Roman (Conférence Nationale du Parti Communiste Roumain)* 1972, Éditions Politiques, Bucarest, pp. 74-75.

28. Pour préserver son anonymat, son nom a été modifié.

Roumanie, et surtout il courtise une clientèle huppée, évaluée selon la profession et les revenus annuels, repoussant du même coup les potentiels touristes jugés démunis de ressources financières. Il refuse, par exemple, une collaboration avec le *Reader's Digest*, malgré l'insistance d'un de ses agents qui tente à plusieurs reprises de le persuader de diffuser une publicité sur les circuits touristiques en Roumanie, car il juge que le « public cible » du *Reader's Digest* constitue un public « pauvre », éloigné d'un de ses principaux objectifs : faire rentrer des devises au pays.

Selon lui la captation d'un public touristique instruit permettra également de transmettre la vision roumaine sur « l'histoire vraie » de l'Empereur, et contribuera ainsi à phagocytter l'image de vampire qu'il a aux États-Unis, à la suite de certains films à thème Dracula et de travaux d'histoire. De surcroît, son installation aux États-Unis lui permet de suivre de plus près les films à thème Dracula : visionner ces films représente pour lui un travail « obligatoire » de documentation préalable pour bien comprendre comment s'y prendre pour attirer des touristes en Roumanie. L'analyse des films lui permet de constater que, dans l'histoire du cinéma, la figure cinématographique de Dracula est notamment incarnée par un immigré hongrois aux États-Unis, Béla Lugosi. Marin Victor explique alors avoir mené des recherches sur la biographie de l'acteur, et avoir constaté que, jeune, Béla Lugosi était engagé dans l'armée hongroise dirigée par Béla Kun, le chef du gouvernement communiste hongrois qui en 1919 a tenté de récupérer la Transylvanie²⁹ par la force armée. Il voit donc dans l'incarnation cinématographique du vampire Dracula par un immigré hongrois, une stratégie symbolique hongroise visant à associer dans la conscience occidentale la Transylvanie à la Hongrie. Il témoigne en entretien avoir découvert une interview donnée par Béla Lugosi à une revue américaine, où l'acteur « a lancé l'idée que l'action (*des films Dracula*) se passe en Transylvanie, Hongrie ». En outre, en visionnant un film, il dit avoir vu l'image d'une carte d'Europe accrochée au mur sur laquelle la Transylvanie est représentée comme incluse dans les frontières hongroises. De plus, lors d'une polémique lancée par les historiens de l'Institut roumain d'Histoire sur le motif de Dracula dans le tourisme roumain, Marin Victor est convoqué d'urgence (il doit venir d'Amérique à Bucarest) devant le Comité Central du PCR pour justifier de l'importance de ces circuits. Le point fort de son argumentation était fondé sur l'espace territorial, comme il l'indique lors de nos entretiens : maintenir le thème Dracula dans le tourisme roumain permettait de lier symboliquement la Transylvanie à la Roumanie contemporaine : « Dracula, c'était pour moi plutôt une motivation publicitaire, car nous (*au bureau de tourisme roumain aux États-Unis*) avons commencé à utiliser l'image : 'Dracula–Roumanie–Transylvanie'. Vous savez, le marketing mix... ».

Ainsi, les finalités politiques attribuées au motif de Dracula qui président à la construction de sa variante nationale dans la Roumanie des années 1970 sont diverses et articulées : enseigner la Nation sous une forme ludique aux touristes, diffuser en Occident la conception dominante de la Nation forgée par les élites communistes comme stratégie de refus de toute immixtion étrangère dans les affaires d'État, et enfin roumaniser la Transylvanie.

29. Le 1^{er} décembre 1918, lors de la grande Assemblée Nationale Constituante des Roumains, qui met en avant le principe du droit à l'autodétermination des peuples, la Transylvanie s'unit avec la Roumanie. Jusqu'à cette date, elle faisait partie de l'Empire Autriche-Hongrie.

Conclusion

Pour conclure, la politisation du secteur touristique, que nous avons mise en évidence jusqu'à présent, entre vite en contradiction avec les attentes des touristes étrangers, en mal de héros fantastiques. C'est ainsi que progressivement, et Petre Popescu, ancien guide, en témoigne, l'écart se creuse entre les attentes des touristes étrangers « à la recherche du vampire Dracula » et l'offre touristique roumaine centrée sur le voïvode Vlad l'Empaleur. Selon lui, c'est une des raisons de l'échec du programme « Dracula, Vérité et Légende » qu'il retiendra pour ne pas répéter les mêmes erreurs lorsqu'après la chute du régime communiste, il crée une agence de tourisme proposant des circuits à thème Dracula.

Ré-agaçant des savoirs issus de l'ouvrage de B. Stoker avec des informations données par des Instituts d'Ethnologie et d'Histoire roumains, fort des enseignements qu'il a tirés de son activité touristique antérieure, Petre Popescu a tous les atouts pour ajuster sa conception du tourisme aux attentes du public. Pour lui, le tourisme est pédagogie, spectacle et divertissement : « Je savais que je ne devais pas faire avec eux uniquement une leçon d'histoire ! Je devais les divertir aussi ! » Pendant la période communiste, quand il était guide, il essaie déjà d'introduire deux éléments de « divertissement » dans le circuit touristique officiel : le thème du vampire et la région Bistrita (Défilé de Bârgau) où B. Stoker avait situé l'action de son roman. Ainsi, selon ses dires, à la fin des années 1970, il se lance à son propre compte dans une activité touristique informelle visant à prolonger le circuit de l'Office National de Tourisme Carpatés de Brasov, point final du circuit, jusqu'à Bistrita (au nord-est de la Transylvanie), région où Stoker avait situé son personnage, devenue ainsi « centre du monde draculien » :

Moi, je savais que ce n'était pas pour l'Empaleur que les touristes venaient ! Déception absolue ! Personne ne revenait plus sur ce tour (il parle du circuit Dracula, Vérité et Légende). Et moi, quand je les emmenais à Brasov, une fois assis, le dernier soir, avec de la bière et du vin, je leur disais : « Moi, je sais pourquoi vous y êtes venus ! Malheureusement, c'est ça le tour, sur Dracula historique ! Je sais que vous n'êtes pas venus pour ça. Si vous voulez arriver là-bas (au centre du monde draculien), à quatre heures d'ici il y a le Défilé de Bârgau ! Qui veut m'accompagner doit payer 180\$ pour trois jours et deux nuits ! » Et ceux-ci qui acceptaient nommaient les trois jours les plus beaux jours de plusieurs années des vacances ! Et j'introduisais le surnaturel aussi !! (Bucarest, 2003).

Ce « marché noir » touristique s'articule avec la construction d'un « Château de Dracula » dans Défilé de Bârgau, demandée par l'ONT de Bistrita et acceptée par la direction du Parti Communiste Roumain. Ainsi, le « Château Dracula » avec son cimetière, la « Crypte de Dracula » au sous-sol, et l'hôtel « Couronne d'or³⁰ » à Bistrita vont couronner l'entreprise touristique Dracula des années 1980. L'accord du PCR peut paraître surprenant au vu de ses positions antérieures. On peut faire l'hypothèse que cet accord est le résultat des positions politiques occupées par certains dirigeants du département de Bistrita et des rapports de force des responsables de l'ONT départemental. Néanmoins, l'acceptation du PCR de faire construire un « monde draculiste » dans les frontières de la Roumanie montre finalement toute l'ambivalence (et que l'introduction

30. C'est le nom de l'hôtel où Jonathan Harker a séjourné pendant son voyage en Transylvanie.

du château transylvain dans le circuit annonçait déjà) de la création du motif Dracula en Roumanie, même si cette ambivalence reste plus officieuse qu'officielle.

Mais la combinaison entre « pédagogie » et « divertissement » touristiques prend des formes plus subtiles dans les circuits « Dracula » promus par Petre Popescu après 1990. Les tours sont à présent structurés en quatre parties. Les deux premières parties concernent la visite de monuments historiques accompagnée d'un récit historique ou d'une mise en spectacle du récit historique par la réactivation de la mémoire vive. Véritables machines à remonter le temps, ces premières parties visent à donner le sentiment du passé. La première partie des circuits a lieu à Snagov, localisation du monastère bâti par Vlad l'Empaleur et, selon certains archéologues, où il fut enterré. La seconde se déroule dans un village situé auprès du château fort de Vlad l'Empaleur à Poienari. Des paysans habillés en costumes traditionnels se rassemblent le soir autour du feu et racontent les récits de la bravoure de Vlad l'Empaleur, histoires héritées de leurs ancêtres, lesquels auraient aidé le voïvode Valaque à échapper aux Turcs. La fréquentation touristique des « vrais descendants » de Vlad l'Empaleur est, dans la conception de Petre Popescu, une occasion pour les touristes d'observer les pratiques quotidiennes paysannes, puisque dès le matin, les autochtones vont au travail en « guidant les vaches vers les prairies ». La mise en spectacle de l'histoire est donc doublée de la mise en scène folklorique de l'activité agricole, élément fondamental dans la construction de « l'authenticité » à des fins touristiques. La troisième partie se déroule en Transylvanie sous forme d'un spectacle présenté, cette fois-ci, par un groupe d'acteurs amateurs locaux. Selon Petre Popescu, ce spectacle a pour vocation de « faire le passage vers la mythologie du vampire ». Or, le « surnaturel » mis en scène ici n'est plus le vampire des films ou du roman « Dracula », mais des motifs issus de croyances populaires du Moyen Âge. La quatrième partie des circuits a lieu enfin à Bistrita et dans le Défilé de Bârgau, lieux propices à la reprise du thème du « vampire Dracula ». Petre Popescu considère qu'il peut laisser libre cours à son imagination en ces lieux jugés dénués de toute trace d'histoire roumaine. Or, loin de reprendre le motif du « vampire » sanglant décrit par Bram Stoker, on a affaire à un « vampire » protecteur de la communauté, qui punit les membres enfreignant les normes sociales. Petre Popescu emprunte là la vision d'un vampire, élaborée par un ethnologue roumain avec qui il collabore. Le motif de Dracula, construit et reconstruit par Petre Popescu, parmi d'autres entrepreneurs roumains non abordés dans cet article, se trouve donc reconfiguré et sans cesse remodelé pour être ajusté aux attentes des touristes.

Ainsi, la version informelle du motif de Dracula à l'époque communiste et les formes qu'il prend dans le post-communisme mettent en évidence l'impact sur le public des arrangements entre vrai et faux, de la continuité entre folklore et archives, des parentés entre fiction et histoire. En jouant sur le registre du vrai ou faux, ou de la demi-teinte, l'entreprise touristique mobilise le désir d'imaginaire à des fins économiques.

Références citées

- BOIA, Lucian, 1997. *Istorie si mit in constiinta romaneasca (Histoire et mythe dans la conscience roumaine)*. Bucarest : Éditions Humanitas.
- BOYER, Marc, 2002. « Comment étudier le tourisme ? », *Ethnologie française*, 91, pp. 393-404.
- BUICAN, Denis, 1991. *Dracula et ses avatars. De Vlad l'Empaleur à Staline et Ceausescu*. La Garenne-Colombes : Éditions de l'Espace Européen.

- DRAGUSANU, Adrian, avril 2002. *La commémoration des héros nationaux en Roumanie par le régime communiste de Nicolae Ceausescu (1965-1989)*, thèse en histoire, Faculté des études supérieures de l'Université de Laval, Canada.
- DURANDIN, Catherine, 1994. *Histoire de la nation roumaine*, Éditions Complexe (Questions au 20^e siècle).
- FLORESCU, Radu et Raymond T. McNALLY,
1972. *In Search of Dracula: a True History of Dracula and Vampire Legends (À la recherche de Dracula : une vraie histoire de Dracula et des légendes des vampires)*. Connecticut: New York Graphic Society, Greenwich.
1973. *Dracula: A Biography of Vlad The Impaler 1431-1476 (Dracula: une biographie de Vlad l'Empaleur 1431-1476)*. New York: Hawthorn Books.
- GOFFMAN, Erving, 1975. *Stigmate. Les usages sociaux des handicaps*. Paris : Les Éditions de Minuit.
- HOBBSAWM, Eric, 1995. « Inventer des traditions », *Enquête*, 2, pp. 171-189.
- ISTRATE, Ioan et Florina BRAN, 1996. *Economia turismului si mediului inconjurator (L'économie du tourisme et de l'environnement)*. Bucarest : Éditions Economica.
- KARNOUOH, Claude, 1990. *L'invention du peuple. Chroniques de Roumanie*. Paris : Éditions Arcantere.
- LIGHT, Duncan, 2007. "Dracula Tourism in Romania. Cultural Identity and the State", *Annals of Tourism Research*, 43 (3), pp. 746-765.
- MARIGNY, Jean, 1993. *Sang pour le sang. Le réveil des vampires*. Paris : Éditions Gallimard (Traditions).
- MILLER, Elisabeth, 1997. *Reflections on Dracula*. White Rock BC: Transylvania Press.
- MIKLOS, Molnar, 1996. *Histoire de la Hongrie*. Paris : Éditions Hatier.
- MURESAN, Alexandra et A. Karen SMITH, 1998. "Dracula's Castle in Transylvania: Conflicting Heritage Marketing Strategies", *International Journal of Heritage Studies*, 4 (2).
- PINTO, Louis, 1986. « Une fiction politique : la Nation », *Actes de la recherche en Sciences Sociales*, 64, pp. 45-50.
- STOICESCU, Nicolae, 1979. « Vlad Tepes ». Bucarest : Éditions Militara.
- THIESSE, Anne-Marie, 2001. *La création des identités nationales. Europe 18^e-20^e siècle*. Paris : Éditions du Seuil.
- VERDERY, Katherine, 1991. *National Ideology under Socialism. Identity and Cultural Politics in Ceausescu's Romania*. Berkeley and Los Angeles: University of California.
- VERDERY, Katherine, 2003. *Socialismul Ce a fost si ce urmeaza*, (tit. orig. *What was Socialism, and what comes next?*, Princeton University Press, 1996). Iasi: Editions Institutul European.

*Hilma Granqvist, Louise Baldensperger
et la « tradition de rencontre » au village palestinien d'Artas*

Falestin NAÏLI

Résumé : *Cet article analyse la manière dont l'œuvre et la mémoire de l'anthropologue finlandaise Hilma Granqvist et de son hôtesse française Louise Baldensperger ont été intégrées, en Palestine, dans un projet de patrimonialisation du passé paysan du village d'Artas, la localité où le travail ethnographique de Granqvist prit place pendant les années du Mandat britannique sur la Palestine. Ce projet de patrimonialisation a inscrit la mémoire des deux Européennes dans une « tradition de rencontre » locale, dans un souci d'attirer des touristes et des agences de coopération internationales.*

Mots-clés : mémoire, patrimoine, Palestine, Hilma Granqvist, Louise Baldensperger.

Abstract: *This article presents an analysis of the way in which the work and the memory of Finnish anthropologist Hilma Granqvist and of her French hostess Louise Baldensperger have been incorporated in Palestine in a cultural heritage project on the peasant past of the village of Artas, where Granqvist's ethnographic fieldwork took place at the time of the British Mandate. This cultural heritage project inscribed the memory of these two European women in a local "tradition of encounter", in order to try to attract tourists and international cooperation agencies.*

Key words: memory, cultural heritage, Palestine, Hilma Granqvist, Louise Baldensperger.

Au début du 20^e siècle, l'anthropologue finlandaise Hilma Granqvist choisit le village d'Artas près de Bethléem pour une étude approfondie de la société villageoise palestinienne. Accueillie au village et aidée par Louise Baldensperger, la fille d'un missionnaire alsacien, Granqvist y entreprend une étude ethnologique qui sera publiée sous la forme de cinq monographies consacrées aux « trois grands événements de la biographie humaine » (Granqvist 1965 : 9) : naissance, mariage et mort. Avec Louise Baldensperger, Granqvist occupe jusqu'à aujourd'hui une place importante dans la mémoire collective des villageois et joue un rôle prépondérant dans un projet local de patrimonialisation du passé paysan. En effet, en 1993, Mūsā Sanad, un habitant du village, a fait de l'œuvre de Granqvist le point de départ de l'établissement d'un Centre du Patrimoine Populaire Palestinien à Artas. Pourquoi Mūsā Sanad s'est-il attaché à l'œuvre et à la mémoire de Granqvist, ainsi qu'à celle de Louise Baldensperger ? Comment les a-t-il utilisées pour attirer l'intérêt des touristes et des agences de coopération ? Ce seront les principales questions auxquelles cet article tentera de répondre, en proposant une double analyse des activités de ce Centre et des écrits de Mūsā Sanad. L'article aborde donc la question de l'impact de la recherche anthropologique sur le terrain et celle de son usage par ceux qui en constituaient l'objet, à travers l'utilisation de l'héritage de Hilma Granqvist et Louise Baldensperger dans le double contexte du tourisme et du développement. Derrière ces deux domaines se profile la question de la représentation de l'identité palestinienne, représentation contestée et politisée, ainsi que celle de la signification du passé palestinien pour l'avenir de cet état en suspens.

Artas : histoire(s) et mémoire(s)

Le village d'Artas se trouve dans une vallée fertile à seulement trois kilomètres au sud de Bethléem. Très majoritairement musulmane, sa population est aujourd'hui d'environ 3 000 habitants. Le nom d'Artas est un dérivé du latin *Hortus conclusus*, nom donné à la vallée par les Croisés en raison de son histoire biblique supposée¹. D'après certaines recherches bibliques, la vallée d'Artas pourrait être l'emplacement du jardin clos du Roi Salomon, connu sous le nom d'Etham. Cette hypothèse a en tout cas favorisé l'installation de colons millénaristes et de missionnaires européens et américains dans la vallée au milieu du 19^e siècle. Le premier colon européen à s'installer à Artas était John Meshullam, un Anglais d'origine juive converti au christianisme. Sa colonie agricole avait le soutien du Consul britannique de l'époque, James Finn, ainsi que celui des milieux millénaristes européens et américains. John Meshullam et ses associés concevaient cette colonie comme une préparation du terrain pour le « retour » du Christ, attendu pour le millénaire, par le biais de l'enseignement aux juifs appauvris de Jérusalem de l'agriculture et du christianisme. Pendant plus de deux décennies, la colonie a suscité des réactions complexes de la part de la population locale (villageois et bédouins des alentours), allant de l'arrangement au refus violent.

Dans la mémoire collective des villageois, elle n'a pas laissé de traces, bien qu'il reste un indice toponymique dans la vallée d'Artas. Le nom d'Henri Baldensperger (appelé *Anari* par les villageois), un missionnaire alsacien qui fut l'associé de John Meshullam

1. En face du village, il y a un couvent catholique qui a adopté le nom latin.

pendant moins de deux ans, avant de travailler à l'école protestante de l'évêque Gobat à Jérusalem, est en effet toujours connu à quelques villageois âgés. Toutefois, on ne se rappelle de lui qu'en lien avec sa fille Louise Baldensperger, cette dernière occupant une place importante dans la mémoire collective des villageois, avec Hilma Granqvist.

Louise Baldensperger : l'hôtesse dans les jardins de Salomon

Louise Baldensperger (1862-1938) se considérait comme une scientifique amateur (Fitch 1930 : 11). Dans sa maison d'Artas, elle accueillait des chercheurs en études bibliques, en archéologie, en botanique et en anthropologie (Barghouthi 1987 : 25). Elle n'a écrit qu'un seul livre en collaboration avec la folkloriste britannique Grace M. Crowfoot, mais elle a contribué à plusieurs études folkloriques et anthropologiques en tant que conseillère. Hilma Granqvist a particulièrement apprécié l'aide et la contribution de Louise Baldensperger à son travail (Granqvist 1931 : 19).

Partageant son temps entre Jérusalem et Artas, Louise Baldensperger s'est toujours considérée comme une locale, sans toutefois se fondre dans la population du village. Dans l'introduction du livre *From Cedar to Hyssop*² qu'elle écrit avec Grace Crowfoot, elle signe : « Louise Baldensperger, une fille de Sion habitant les jardins de Salomon ». Elle note la date du 18 mai 1931, mais aussi : « Muharram, nouvelle année musulmane³ ». Sa manière de s'identifier était donc clairement biblique : elle se voyait comme une descendante des Hébreux (probablement en termes spirituels) qui habitait les jardins de Salomon. L'espace était biblique, mais le temps ne l'était pas puisqu'elle précise la date du calendrier musulman. Même si la Palestine était pour elle définie par son lien avec la Bible, elle avait parfaitement conscience du fait qu'elle y vivait à l'époque islamique.

À Artas le souvenir de Louise Baldensperger s'est transmis de la génération de ses voisins villageois aux générations suivantes, l'inscrivant dans la mémoire collective avec son appellation locale de *Sitt Luṣ*. Son souvenir est lié à celui de Hilma Granqvist, qui est connue sous l'appellation locale *Sitt Ḥalīma*, ce qui en dit long sur le respect et l'appréciation que lui témoignaient les villageois⁴. Le fait que ces derniers leur aient attribué à toutes les deux un nom arabe, précédé par le terme respectueux de *Sitt* (semblable à Madame), démontre leur volonté de les intégrer dans la communauté villageoise, et ce, même rétrospectivement. À Artas, ces deux étrangères ne sont donc pas connues sous leur nom européen mais surtout et, presque exclusivement, sous leur nom d'adoption. Les activités du Centre du Patrimoine Populaire Palestinien ont renforcé la mémoire de ces deux Européennes, et, comme nous allons le montrer, l'ont investie d'une signification précise.

Hilma Granqvist : anthropologue pionnière et « gardienne de la mémoire »

Hilma Granqvist (1890-1972) a écrit cinq monographies basées sur ses enquêtes ethnographiques à Artas, dont la plus grande partie se déroula pendant les années du

2. *From Cedar to Hyssop* est un livre sur le folklore des plantes en Palestine.

3. Barghouthi, 1987, p. 27, ma traduction.

4. Le surnom *Sitt Ḥalīma* rappelle *Ḥalīma*, la nourrice du prophète Muḥammad.

mandat britannique⁵. La particularité de ses livres est sans doute le fait qu'on y entend parler ses interlocuteurs villageois (en majorité des femmes), dans des longues citations, et qu'on y trouve leurs explications de leurs pratiques sociales, et non seulement celles de l'anthropologue. L'œuvre de Granqvist était reconnue par d'éminents anthropologues de son époque, comme Margaret Mead et Evans-Pritchard, mais, pour des motifs divers, le milieu académique finlandais n'était pas prêt à l'accueillir et elle n'y a jamais fait carrière. L'une des raisons de ce rejet était que Granqvist avait rompu avec le modèle orientaliste classique comme cadre *sine qua non* des études sur la Palestine, et qu'elle avait fait certains choix méthodologiques sortant du cadre du comparatisme britannique, tendance majoritaire de l'école d'anthropologie de l'époque (Isotalo 1995)⁶. Or, c'est précisément cette rupture qui rend son travail moderne et qui a, depuis les années 1990, justifié l'engouement renouvelé pour son œuvre surtout dans les pays scandinaves et anglophones.

Hilma Granqvist critiquait la littérature existante sur la Palestine pour ses lacunes sur le plan de l'ethnographie et pour son manque d'exactitude dus en partie, selon elle, à l'association trop étroite entre les coutumes contemporaines palestiniennes et celles de la Bible, plus précisément celles de l'Ancien Testament. Si elle décelait des parallèles entre les coutumes des Palestiniens contemporains et les coutumes bibliques, elle portait un regard critique sur la création d'un lien trop étroit entre les deux. Elle estimait que beaucoup de chercheurs de son époque avaient succombé à ce qu'elle appelle le « danger biblique » (Granqvist 1931 : 9). Granqvist n'a pas pour autant complètement rompu avec l'orientalisme classique et son esprit exégétique. Elle a ainsi notamment souligné les parallèles entre les coutumes qu'elle observait et les coutumes des peuples de l'Ancien Testament, notamment dans l'index du deuxième tome de son livre, *Marriage Conditions in a Palestinian Village* (Moors 1997 : index non paginé). En somme, l'œuvre de Hilma Granqvist représente, selon l'expression d'Annelies Moors, une « combinaison de critique et d'accommodation » (Moors 1997 : index non paginé).

Pour les folkloristes palestiniens, cette œuvre est d'une grande importance, car elle représente un inventaire très détaillé des pratiques sociales avant l'année 1948 et donc un lien avec la société palestinienne telle qu'elle était avant son éclatement. L'anthropologue Sharif Kanaana⁷, professeur à l'Université de Birzeit, est un des fondateurs du mouvement folklorique palestinien, qui s'est constitué, dans sa forme moderne, dans les années 1970. Il a également été membre du premier conseil d'administration du Centre du Patrimoine Populaire Palestinien à Artas. Dans une présentation qu'il a faite à l'occasion d'une

5. Granqvist choisit le village d'Artas pour son travail de terrain, d'une part, à cause de la proximité de Jérusalem où elle prenait des cours d'arabe et, d'autre part, parce qu'elle savait que Louise Baldensperger y habitait et y accueillait des chercheurs occidentaux.

6. Voir au sujet de l'œuvre de Granqvist : Naili, F. « L'œuvre de Hilma Granqvist : L'Orient imaginaire confronté à la réalité d'un village palestinien », *Revue d'études palestiniennes*, automne 2007, 105, pp. 74-84.

7. Sharif Kanaana est l'auteur de nombreux livres et articles en anthropologie, folklore et histoire orale, dont notamment *Speak Bird, Speak Again : Palestinian Arab Folktales* (avec Ibrahim Muhawi), Berkeley, University of California Press, 1989. Je le remercie de m'avoir envoyé le texte de cette présentation.

conférence consacrée au travail de Hilma Granqvist en 1997⁸, il explique l'importance de son œuvre du point de vue palestinien :

The work of Hilma Granqvist among Palestinians [...] was, in a sense, prophetic. Her work was detailed, comprehensive, accurate and honest enough to give one the feeling she knew that Palestinians were going one day to need to fall back on their folklore and folk heritage. That day has now come. Today Palestinians, possibly more than any other people in the world, are anxious about their future, because they face conditions which threaten their identity and their very existence. [...] There is a need to transmit to Palestinian children, wherever they may be, a unifying core of Palestinian culture, in order to rehabilitate them and help them maintain their Palestinian identity. [...] if and when such a program is launched, in order to acquaint Palestinian children all over the world, with what the life of their fellahin ancestors in the villages of the pre-1948 catastrophe was like, it will have to draw significantly on the work of Hilma Granqvist (Kanaana 1997).

Pour Sharif Kanaana, l'œuvre de Granqvist requiert une immense valeur identitaire, car elle permet la compréhension de la vie des *fallāḥīn* (agriculteurs) avant 1948. En effet, le mouvement folklorique palestinien place l'image du *fallāḥ* (agriculteur) au centre de l'identité palestinienne. Cette tendance est devenue majoritaire après 1948 car le paysan palestinien symbolise le « lien 'naturel' à la terre perdue » (Aubin 2006 : 116). C'est dans le cadre de cette approche que la réception et l'utilisation de l'œuvre de Granqvist à Artas doivent être analysées.

Le « technicien de la mémoire » et l'invention de la tradition de rencontre

À travers le travail du Centre du Patrimoine Populaire Palestinien à Artas (*Markaz Artas li'l-Turāth al-Sha'bī al-Filastīnī*), le savoir ethnographique produit sur le village par Hilma Granqvist (1890-1972) a été (ré)intégré au savoir local en tant que folklore. Le rôle du fondateur du Centre, Mūsā Sanad (1949-2005), véritable « technicien de la mémoire » (Aubin 2006), dans ce processus d'intégration a été central. Mūsā Sanad était un maître d'école et également le neveu d'une des principales interlocutrices de Granqvist. Il affirmait que la particularité d'Artas, au regard d'autres villages palestiniens, résidait dans les nombreuses études approfondies des aspects de la vie sociale dont il avait fait l'objet, ce qui lui conférait, à ses yeux, un statut de village type⁹. L'œuvre de Hilma Granqvist constituait, pour lui, la base principale de cette revendication de particularité et d'exemplarité car elle offre l'image la plus complète de la vie en Palestine à cette époque¹⁰. À l'instar des folkloristes palestiniens, Mūsā Sanad considérait l'œuvre de Granqvist comme une contribution importante à l'inventaire du folklore palestinien.

8. La conférence était intitulée *In the Footsteps of Hilma Granqvist* et a eu lieu à l'école Talita Kumi à Beit Jala en septembre 1997.
9. Signalons dans ce contexte que le village de Banī Zayd a également fait l'objet de nombreux travaux sur le folklore pendant la période mandataire, mais que ces travaux ont été presque exclusivement l'œuvre de folkloristes palestiniens (Aubin 2004 : 201-203).
10. « *Artas ka-namūdhaj li'l-qariya al-filastiniyya* » (Artas comme modèle du village palestinien), une page, écrite par Mūsā Sanad, sans date.

De plus, à travers son travail sur la généalogie des familles d'Artas, Granqvist avait également participé à la documentation sur l'enracinement des habitants d'Artas, élément central pour Mūsā Sanad.

L'inventaire du folklore et les arbres généalogiques s'inscrivent en effet dans le même registre mémoriel et identitaire. Le folklore permet la remémoration et la remise en scène perpétuelle d'une partie du mode de vie d'antan. La généalogie, quant à elle, fonde le lien des Palestiniens contemporains avec le monde de leurs ancêtres et donc avec leurs origines. Ce faisant, elle sert d'outil à la revendication d'antériorité des Palestiniens par rapport à la présence sioniste, ce qui fait d'elle un élément important du contre-discours palestinien face au discours sioniste. En conséquence, l'œuvre de Granqvist ne trouve toute sa signification pour les habitants contemporains d'Artas, et pour les Palestiniens en général, que lorsqu'elle est replacée dans le cadre de ce contre-discours palestinien dans lequel les activités de Mūsā Sanad s'inscrivent clairement. En effet, ce dernier pourrait entrer dans la catégorie de « l'intellectuel organique », au sens plus large que celui défini par Antonio Gramsci, car à travers son lien avec le mouvement folklorique, Mūsā Sanad était indirectement lié au mouvement nationaliste palestinien avec ses aspirations hégémoniques vis-à-vis de la sphère culturelle palestinienne et surtout vis-à-vis des représentations du passé palestinien¹¹.

Mūsā Sanad disait de lui-même que sa vie avait pris un tournant décisif un jour de 1972 à l'occasion d'une rencontre avec une étrangère au village qui lui avait demandé son nom et montré ensuite son arbre généalogique, extrait du premier livre de Hilma Granqvist. La gêne qu'il ressentit face au savoir d'une étrangère plus étendu que le sien sur ses origines et sur l'histoire de son village natal à suscité son intérêt pour l'histoire d'Artas. Il a alors commencé à demander aux anciens du village de lui raconter leurs histoires et les a consignées par écrit. Il a également entrepris la mise à jour des arbres généalogiques créés par Granqvist, faisant appel à ses élèves pour les tenir à jour continuellement.

Jusqu'à sa mort en 2005, Mūsā Sanad a travaillé sur un manuscrit portant sur son village, en vue de publier un livre qui aurait abordé des sujets historiques autant qu'ethnographiques. Ce manuscrit constitue non seulement une source précieuse d'informations, mais il est surtout un miroir de l'image que Mūsā Sanad voulait projeter du passé et de l'avenir de son village. Il contient en effet des interprétations de certaines périodes de l'histoire d'Artas qui ne sont pas en accord avec ce que l'on peut constater dans les sources archivistiques. Ces différences sont particulièrement significatives au sujet de l'histoire de la présence précoce de colons européens et américains au village.

Mūsā Sanad écrit par exemple qu'au milieu du 19^e siècle, « la part du lion de l'invasion (*ghazū*) des missions européennes en Palestine » est revenue à Artas. Un grand nombre d'Européens auraient acheté des terrains à Artas du fait « de leur amour intense pour la vallée fertile » et également pour les « anciennes ruines ». Ils auraient cultivé de nouvelles variétés de fruits et légumes. Il y a là un paradoxe entre la représentation de l'arrivée des Européens comme une invasion, référence possible au cadre plus large des aspirations colonialistes européennes, et celle de leurs motivations. L'amour du paysage, les perspectives d'engagement dans l'agriculture dans une région fertile et les anciennes

11. Ces aspirations hégémoniques, il est important de le rappeler, se placent dans un contexte où leur légitimité même est régulièrement remise en question car les Palestiniens vivent toujours sous domination israélienne.

ruines – toutes ces motivations d'ordre général sont loin des objectifs spécifiques des millénaristes pour la « rédemption » de la Terre Sainte. L'identification des personnages-clés de cet épisode de l'histoire du village s'inscrit dans la même logique de généralisation mais elle semble même aller au-delà. Ainsi, Mūsā Sanad mentionne uniquement Peter Meshullam, le fils du fondateur de la colonie, et l'identifie comme un Allemand qui a acheté des terrains dans la vallée d'Artas. Par cette identification, Mūsā Sanad l'a, en fait, éloigné de la connexion anglo-sioniste qui a facilité la colonisation de la Palestine.

La subversion implicite dans cette présentation des faits devient tout à fait évidente lorsque Mūsā Sanad décrit l'installation des colons américains à Artas à partir de 1850. Ce groupe était mené par une prophétesse millénariste auto-proclamée de Philadelphia, Clorinda Minor. Selon le manuscrit de Mūsā Sanad, les colons américains auraient fait construire une maison et y auraient établi un centre pour les activités agricoles et missionnaires ainsi que pour l'étude du folklore palestinien. En déclarant que la maison des colons servait également de centre d'étude du folklore palestinien, Mūsā Sanad a, de fait, situé le début des études folkloriques sur Artas avant la période de Louise Baldensperger et Hilma Granqvist. Il a également attribué une naissance plus précoce à la « tradition de rencontre » qu'il voit exemplifiée dans l'échange entre les deux Européennes et les villageois, ainsi que dans l'œuvre de Granqvist. Il a fait d'une période sombre de l'histoire d'Artas (sous la présence coloniale), un épisode renforçant la tradition de rencontre qu'il voulait promouvoir activement à travers le Centre du Patrimoine Populaire Palestinien à Artas. Il a ainsi préservé et mobilisé la mémoire de Hilma Granqvist et de Louise Baldensperger, dans un souci de recréer l'espace d'échanges et de rencontres que ces deux Européennes avaient, selon lui, initié avec leur voisins et interlocuteurs villageois. Le manuscrit de Mūsā Sanad fonctionne donc comme une « toile d'araignée », pour reprendre l'image utilisée par Liisa Malkki à propos de la formation et la transformation de ce qu'elle appelle la « conscience historique » (Malkki 1995 : 242). L'histoire présentée par Mūsā Sanad intègre certains éléments de l'histoire archivistique de son village, en omet d'autres et, enfin, transforme quelques éléments pour qu'ils prennent leur place dans ce récit historique.

Cette image de la toile d'araignée peut également s'appliquer au Centre du Patrimoine dont le programme est basé sur la notion de rencontre et de mise en pratique d'activités allant dans ce sens. Même après le décès de Mūsā Sanad, cette notion demeure centrale à la mission du Centre. Ainsi, pour la journée internationale de la femme le 8 mars 2007, le Centre a proposé une rencontre de femmes à Artas. Bien que l'annonce ait été rédigée par Leyla Zuaiter, consultante auprès du Centre du Patrimoine depuis le décès de Mūsā Sanad, elle s'inscrit dans la continuité des idées du fondateur :

If this village seems a bit out of the way for such an encounter, think again: since the 1840's, no fewer than 10 foreign women of various nationalities have lived, worked, or studied in Artas, adding to the body of work about 'the most documented village in Palestine'. These women, some of whom have achieved legendary status, include a thwarted American millenarist, a British Consul's wife, a French missionary's daughter, a British botanist, Finnish and Canadian anthropologists, and a Swedish photographer¹².

12. « The Artas Folklore Center Women's Group Celebrates a Century and a Half of Women's Encounters in Artas », *This Week in Palestine* (version internet), (107), mars 2007.

Dans son manuscrit, Mūsā Sanad n'a fait aucune référence détaillée à la millénariste américaine Clorinda Minor ou à Elisabeth Finn, l'épouse du Consul britannique, car il ne voulait apparemment évoquer ni le nouvel ni l'ancien allié du mouvement sioniste en Palestine. Leyla Zuaïter, en évoquant Clorinda Minor et Elizabeth Finn, sans les nommer, dans l'annonce de la Rencontre des Femmes du 8 mars 2007, les intègre à la même lignée de femmes que Louise Baldensperger et Hilma Granqvist, qui étaient, elles, véritablement intéressées par la population villageoise. En effet, Leyla Zuaïter mobilise le souvenir de Clorinda Minor et d'Elizabeth Finn, qui étaient liées à la colonie agricole de John Meshullam, pour documenter, à l'instar de Mūsā Sanad, l'ancienneté de la tradition de rencontre à Artas. Nous ne savons pas si Leyla Zuaïter est pleinement consciente du cadre idéologique des activités de Clorinda Minor et d'Elizabeth Finn. Quoi qu'il en soit, dans le cadre de cette annonce, ces deux femmes servent d'exemple aux rencontres interculturelles et interreligieuses dans le but de renforcer la solidarité internationale avec les femmes palestiniennes. Elles sont donc intégrées à l'histoire d'Artas à travers le processus évoqué de la toile d'araignée. En revendiquant certains éléments de l'histoire du réseau millénariste organisé autour de la colonie de Meshullam, les nouveaux dirigeants du Centre se sont appropriés une autre partie de l'histoire d'Artas jusqu'alors marginalisée, et ils l'ont transformée pour mieux servir la cause du Centre.

Le Centre du Patrimoine Populaire Palestinien : un lieu de mémoire et de rencontre

Mūsā Sanad a fondé le Centre du Patrimoine Populaire Palestinien en 1993 en bénéficiant de l'aide et du soutien d'un conseil d'administration composé de personnalités très connues dans le domaine du folklore palestinien, dont Sharif Kanaana¹³. Ce Centre n'est pas consacré exclusivement au patrimoine¹⁴ tangible, c'est-à-dire aux objets et aux monuments; il est aussi engagé dans le domaine de ce qu'on appelle le patrimoine immatériel, comprenant l'histoire orale, les contes et les pratiques culturelles.

Le Centre porte deux noms différents en arabe et en anglais. Ces deux noms correspondent en fait à deux programmes et deux objectifs différents qui s'informent toutefois mutuellement. En arabe, le Centre s'appelle *Markaz Artas li'l-Turāth al-Sha'bī al-Filaṣṭīnī* ce qui veut littéralement dire Centre d'Artas pour le Patrimoine Populaire Palestinien. En anglais, il est nommé Artas Folklore Center ce qui peut être rendu par Centre Folklorique d'Artas.

13. Il s'agit notamment de Samīha Khalīl, fondatrice de l'association *In'āsh al-Usra*, basée à Ramallah; Abdullatif Al Barghouthi, professeur de langue arabe à l'Université de Birzeit; 'Abd al-'Azīz Abū Ḥadba, folkloriste palestinien, et Sharif Kanaana, anthropologue et professeur à l'Université de Birzeit.

14. J'utilise le terme patrimoine tout en soulignant que ce dont il est question à Artas n'est pas comparable au contexte historique français qui a donné naissance à une certaine conception du patrimoine, intimement lié à l'idée du bien public, ni au contexte plus généralement européen qui est depuis longtemps attaché à ce que Mariannick Jadé appelle « l'idéologie occidentale de la relique » (Jadé 2006 : 20). En effet, le terme arabe *turāth* dérive de *waratha* qui veut dire hériter, et se traduit par héritage, legs et patrimoine, selon les dictionnaires. La racine étymologique du terme *turāth* l'éloigne de la spécificité du patrimoine lié au concept du bien public.

L'appellation arabe met le terme *turāth* au centre de la mission du centre. C'est un terme qui évoque, dans ce contexte, l'héritage culturel, généralement appelé patrimoine en français. Un objet (ou une pratique culturelle) défini par le mot patrimoine obtient une valeur symbolique dans le contexte de l'histoire d'une communauté ou d'une nation, étant appelé à témoigner de certains éléments de l'histoire considérés comme importants pour l'évolution et l'identité de cette communauté. Avec l'ajout de l'adjectif « populaire » au nom arabe du Centre d'Artas, ce patrimoine acquiert une caractéristique plus précise – il ne s'agit pas d'objets et de souvenirs d'une élite mais d'objets et de souvenirs de la masse populaire. Et enfin, avec l'ajout du mot « palestinien », ce patrimoine est attribué à une nation et sert alors la cause de l'affirmation de l'identité nationale. Le nom arabe du Centre l'inscrit donc pleinement à la fois dans le mouvement folklorique palestinien et dans le mouvement national palestinien, tous deux étroitement liés depuis 1948. Ce lien se retrouve par ailleurs dans une phrase de Mūsā Sanad, où il indique que l'un des objectifs d'un festival organisé annuellement par le Centre est d'encourager les paysans palestiniens à préserver « la terre et l'héritage de cette nation » (*turāb wa-turāth hadhā al-waṭan*). Dans la logique du mouvement folkloriste, que Mūsā Sanad rejoignait, le patrimoine ethnographique et le folklore se transmettent, tout comme la terre, de génération en génération, assurant la continuité du groupe en termes identitaires. Mūsā Sanad, en (re)intégrant le savoir ethnographique, constitué par Hilma Granqvist et ses interlocuteurs villageois, au folklore local s'est donc inscrit dans un mouvement qui dépasse largement les limites de son village.

Le lieu-phare du Centre est son musée ethnographique (*Artas Ethnographic Museum*), installé dans une maison historique au centre du village. En choisissant cette appellation pour le musée, Mūsā Sanad l'a intimement placé dans la lignée de l'œuvre ethnographique de Granqvist, affirmant ainsi la centralité du travail de l'anthropologue. Le patrimoine matériel exhibé au musée ethnographique – qui met en scène une maison paysanne d'il y a cent ans – ainsi que le patrimoine immatériel mis en scène pendant les soirées folkloriques font partie du patrimoine palestinien paysan. Le Centre reflète donc la communauté villageoise d'Artas telle qu'elle existait avant 1948, alors que les agriculteurs étaient largement majoritaires, mais il indique également un choix de la part de Mūsā Sanad. En effet, ce dernier privilégiait la culture paysanne dans sa représentation du patrimoine populaire palestinien, une démarche très répandue chez les folkloristes palestiniens.

Le nom anglais du Centre – Artas Folklore Center – met l'accent sur le terme « folklore » en omettant les mots palestinien et populaire. Ces deux adjectifs sont en retrait, semble-t-il, pour écarter une connotation politique qui pourrait décourager certains visiteurs étrangers. Aux yeux des touristes, le folklore rejoint le spectacle, la mise en scène et le divertissement. Dans ce contexte, une forme de spectacle folklorique est conçue pour le public n'appartenant pas à la communauté. Les programmes du Centre fabriqués pour les étrangers correspondent au moins en partie à cette acception du terme folklore. Ainsi, le Centre organise des visites guidées des lieux historiques dans les environs du village, suivies par des soirées avec un repas typique de la région, des chants et de la poésie traditionnelle. L'objectif de l'Artas Folklore Center réside donc dans sa participation au marché du tourisme alternatif en Palestine pour donner aux étrangers un « goût » (souvent littéralement) de la culture palestinienne et pour créer des opportunités économiques pour les villageois. Comme les activités du *Markaz li'l-Turāth*, celles de l'Artas Folklore Center produisent une représentation de l'identité palestinienne qui est

fortement axée sur la culture paysanne. Celle-ci est donc toujours au centre, mais elle sert des objectifs différents.

Les projets pour l'avenir et la mobilisation des ressources à travers la coopération

Grâce au projet de *Bethléem 2000* lancé par l'Autorité Palestinienne pour préparer Bethléem aux célébrations du millenium¹⁵ et à l'arrivée importante en Palestine de fonds de pays donateurs, Mūsā Sanad a vu la possibilité de réaliser à Artas de nombreux projets de rénovation, d'amélioration des infrastructures et de mise en valeur du paysage. Ainsi sont nés de nombreux accords de coopération avec des villes françaises et des organisations finlandaises mais aussi avec des organisations néerlandaises, belges et canadiennes. Les liens privilégiés que Mūsā Sanad a entretenus avec le Consulat Général de France à Jérusalem, avec le Bureau Représentatif de Finlande auprès de l'Autorité Palestinienne à Ramallah et avec d'autres organisations françaises et finlandaises nous intéressent ici particulièrement. Les relations étroites avec ces deux pays européens sont le résultat de la lecture sélective de l'histoire de la présence occidentale à Artas faite par Mūsā Sanad. Pour lui, les deux personnages clés de ce passé étaient Louise Baldensperger, une Française, et Hilma Granqvist, une Finlandaise. En établissant des liens solides avec les institutions représentatives de ces deux pays en Palestine, Mūsā Sanad a mobilisé la mémoire de ces deux femmes pour des projets visant à améliorer le présent et l'avenir de la communauté villageoise d'Artas.

Avec respect, le représentant de Cités Unies France (CUF) en Palestine de 1998 à 2002, a décrit Mūsā Sanad comme « Monsieur UNESCO d'Artas » en raison de la multitude de domaines dans lesquels Mūsā Sanad souhaitait intervenir, dont notamment l'éducation, la science (la recherche) et la culture. Je me limiterai ici à un seul exemple de projet franco-palestinien, à savoir le chantier de réhabilitation d'anciennes maisons d'Artas. En 1999, les villes de Grenoble, Vienne, Romans, Gières et Saint-Priest, en qualité de membres du Fonds de Coopération Décentralisée pour la Palestine (FCDP) de CUF, ont envoyé un groupe de jeunes à Artas pour un premier chantier « échanges patrimoines » dans le cadre duquel le groupe a œuvré à la rénovation d'une ancienne maison avec des bénévoles du village. L'attrait pour ces villes venait de l'idée qu'une Française, Louise Baldensperger, avait vécu dans ce village et qu'on pourrait, plus tard, réhabiliter sa maison, dans le cadre du chantier. Mūsā Sanad avait des projets ambitieux pour la réhabilitation des maisons : il voulait faire d'Artas un lieu phare du tourisme et souhaitait installer une salle d'exposition permanente ainsi qu'un restaurant dans deux des maisons choisies pour être réhabilitées. Dans la maison de Louise Baldensperger, il projetait d'établir un centre d'accueil pour les chercheurs étrangers, perpétuant ainsi la tradition d'hospitalité de Louise Baldensperger¹⁶.

15. Le projet de Bethléem 2000, avec un budget de deux cents millions de dollars a été soutenu et financé par la communauté internationale, et notamment par le Programme des Nations Unies pour le Développement, la Banque mondiale et la Communauté européenne (Andezian 2006 : 155).

16. En 2007, ces projets ambitieux n'ont pas encore vu le jour dû à la situation d'exception qui perdure dans les territoires occupés depuis le début de la deuxième *Intifada* en automne 2000.

Un autre projet ambitieux implique l'Institut Finlandais au Moyen-Orient (FIME) et fait partie de l'une des activités de l'Institut dénommée « Integrated Development of Rural Communities in Palestine ». Ce projet a réuni le FIME, le Centre du Patrimoine d'Artas, le conseil du village et l'ONG palestinienne Applied Research Institute Jerusalem (ARIJ) autour de la création d'une base de données complète sur Artas, couvrant tous les aspects physiques, sociaux et économiques de la vie au village¹⁷. Dans le cadre de ce projet, la mémoire de Hilma Granqvist a été mobilisée par le FIME et par le Centre du Patrimoine. Le FIME, qui avait déjà essayé de monter un vaste projet d'étude d'Artas à partir de l'œuvre de Granqvist en 1999-2000¹⁸, a justifié son engagement particulier dans ce village par la mémoire de l'anthropologue :

Why Artas? Finland has a historic interest on Artas because of the famous anthropologist, Hilma Granqvist, who spent several years in the village with Sitt Louisa and published a set of important monographs on life there. Her work is well known among scholars as pioneering ethnography and represents a unique view on rural Palestinian society and especially on the life of Palestinian women in the village before the Second World War. Besides the ties between the village of Artas and Finland created by "Halime" the site is particularly suitable for this type of project because of its practical location near Bethlehem and Jerusalem, its relatively small size [...] and its well defined geographic location in a deep, well-watered valley at the edge of the desert¹⁹.

Ces deux exemples montrent à quel point la mémoire de Hilma Granqvist et Louise Baldensperger a pu motiver les organisations impliquées dans ces projets à Artas. Cette mémoire n'était pas seulement un point de départ important dans le travail de Mūsā Sanad, mais constituait aussi le point d'ancrage de ses partenaires français et finlandais. « L'intérêt historique » auquel fait référence la dernière citation crée donc des nouveaux liens et des nouvelles rencontres, en s'inscrivant dans la lignée de Hilma Granqvist et Louise Baldensperger.

Conclusion

Dans le contexte palestinien, le tourisme a acquis une importante dimension politique, car il s'agit comme ailleurs de présenter le pays, son histoire et sa culture à « l'Autre », mais cet « Autre » a probablement été plus exposé au récit sioniste concernant la Palestine. Les acteurs palestiniens du tourisme ont donc pour tâche de défaire certains mythes créés par les idéologues sionistes et repris par les acteurs israéliens du tourisme. Ainsi, l'image du pionnier sioniste qui fait fleurir le désert est contrecarrée par celle du paysan palestinien qui travaille son champ. Cette image, qui est centrale au discours identitaire palestinien, trouve un appui important dans l'œuvre de Hilma Granqvist.

Hilma Granqvist, en donnant la parole à ses interlocuteurs villageois, a offert une documentation sans pareil d'une communauté villageoise palestinienne avant l'année 1948. Pourtant tel n'était pas son objectif : comme tous les anthropologues de son époque,

17. Finnish Institute in the Middle East, *Artas Project 2001*.

18. Finnish Institute in the Middle East, *Project Description: Artas – Profile of a Palestinian Village II*. Ce projet n'a jamais vu le jour car le financement n'a pas été trouvé.

19. Finnish Institute in the Middle East, *Project Description: Artas – Profile of a Palestinian Village II*.

Hilma Granqvist n'écrivait pas pour ceux dont elle décrivait la vie dans ses monographies, à savoir les Palestiniens, mais pour des lecteurs européens intéressés par les sociétés arabes ou par le pays de la Bible. Bien qu'elle eût des contacts avec les folkloristes palestiniens de son époque, elle ne présageait probablement pas qu'un jour, ses livres occuperaient une place si importante à Artas et en Palestine en général. Ainsi, les folkloristes palestiniens modernes ont pu utiliser son œuvre dans le cadre de leur discours identitaire attribuant une place préminente à la figure du *fallāh* palestinien. Mūsā Sanad, quant à lui, a su adapter l'œuvre de Granqvist pour qu'elle serve les besoins actuels de la communauté villageoise d'Artas : l'affirmation de son identité face à l'adversité, et la création d'opportunités économiques à travers le tourisme et la coopération internationale.

Pour Mūsā Sanad et pour le Centre du Patrimoine Populaire Palestinien à Artas, la mémoire de Hilma Granqvist et de Louise Baldensperger permet d'ancrer une tradition de rencontre dans le passé, même si cela implique une lecture sélective de l'histoire du village. Dans une réalité marquée par une occupation militaire *de facto* et une spoliation continue des terres du village au profit des colonies juives avoisinantes, l'invention de cette tradition constitue le signe d'un optimisme malgré tout.

Références citées

- ANDEZIAN, Sossie, 2006. « Mémoires religieuses et construction nationale, Bethléem entre lieu de mémoire chrétien et ville autonome palestinienne », in Nadine Picaudou (dir.), *Territoires palestiniens de mémoire*, pp. 139-171. Paris : Karthala/ IFPO.
- AUBIN-BOLTANSKI, Emma,
 2004. *Prophètes, héros et ancêtres : les pèlerinages musulmans de Nabī Mūsā et de Nabī Sālih dans la construction nationale palestinienne*, thèse de doctorat, Paris, EHESS.
 2006. « Le folkloriste comme technicien de la mémoire », in Nadine Picaudou (dir.), *Territoires palestiniens de mémoire*, pp. 115 -137. Paris : Karthala/ IFPO.
- BARGHOUTH, Abdullatif, 1987. *Arab Folk Stories from Artas*. Bir Zeit: Birzeit University.
- FITCH, Florence Mary, 1930. "An A.A.U.W. Fellow in Palestine", *A.A.U.W. Journal*, pp. 10-13.
- GRANQVIST, Hilma,
 1931. *Marriage Conditions in a Palestinian Village*, I. Helsinki : Societas scientiarum fennica, commentationes humanarum litterarum.
 1965. *Muslim Death and Burial: Arab Customs and Traditions Studied in a Village in Jordan*. Helsinki: Societas Scientiarum Fennica, Commentationes Humanarum Litterarum.
- ISOTALO, Riina, 1995. "Edward Westermarck and Hilma Granqvist in the field of Orientalist discourse in Finland", *Third Nordic Conference on Middle Eastern Studies*, Joensuu, Finlande, juin 1995.
- JADÉ, Mariannick, 2006. *Le Patrimoine Immatériel, Perspectives d'interprétation du concept de patrimoine*. Paris : L'Harmattan.
- KANAANA, Sharif, 1997. "Granqvist, Folklore and the Palestinian National Identity", présentation donnée lors de la conférence intitulée, *In the Footsteps of Hilma Granqvist*, tenue à l'école Talita Kumi à Beit Jala, 3-7 septembre 1997.
- MALKKI, Liisa, 1995. *Purity and Exile: Violence, Memory, and National Cosmology Among Hutu Refugees in Tanzania*. Chicago: University of Chicago Press.
- MOORS, Annelies, 1997. "Visions of Palestine, Visualizing Women in Palestine: Hilma Granqvist's Published Photographs", présentation donnée lors de la conférence intitulée, *In the Footsteps of Hilma Granqvist*, tenue à l'école Talita Kumi à Beit Jala, 3-7 septembre 1997.

« *Wagah Border* »

Mise en tourisme d'un rituel nationaliste à la frontière indo-pakistanaise

David GOEURY

Résumé : Sur 2 912 km de la line of control qui sert de frontière entre l'Union indienne et le Pakistan depuis 1949, Wagah Border est l'un des deux Joint Check Point qui autorise le passage régulier d'individus et de marchandises. Chaque soir, les deux forces de sécurité, indienne et pakistanaise, ferment la frontière en sonnant la retraite et en descendant les deux drapeaux. Depuis 2000, le département du Tourisme du Punjab indien, puis les autorités pakistanaises, ont décidé de promouvoir cette cérémonie comme une destination touristique nationale. Des gradins ont été construits et la frontière est devenue le lieu d'une immense communion nationaliste. Le long prologue avant la cérémonie militaire se transforme en théâtre où la foule y joue un rôle actif. La description de ce rituel collectif de plus en plus organisé (musique, chants, danses, courses de drapeaux) dans un espace aussi spécifique permet de réfléchir sur ce que représente la frontière comme enveloppe de la nation. En fait, si ce rituel donne à voir à certains égards une confrontation, sa mise en tourisme le pacifie, et contribue à transformer l'événement en la première étape d'un projet plus vaste de réconciliation et d'ouverture.

Mots-clefs : Inde, Pakistan, tourisme, nationalisme, frontière.

Abstract: Along the 2 912 km of the 1949's Indian-Pakistan border, Wagah is one of the two Joint Check Point where people and goods are allowed to cross the border. Every evening, the Indian Border Security Force and the Pakistani Rangers ceremonially close the border gates and pull down the two national flags. Since 2000, the Indian Punjabi tourism office and, later on, the Pakistani administration have decided to promote the ceremony as a touristic destination. They built tiers and the border became the place of an intense nationalist communion. The long prologue before the military show turns into a theatre stage where the crowd contributes to the performance. The description of this more and more organized, collective ritual (music, songs, dances, flags' race) in this specific place allows to rethink the place of the borders in the making of a nation. In fact, if this ritual may somehow look like a confrontation, tourism pacifies it, and may actually transform the event in the first step of a mutual reconciliation and opening process.

Key words: India, Pakistan, tourism, nationalism, border.

Introduction

Sur les 2 912 km de frontière, Wagah Border, est l'un des deux seuls *Joint Check Point*, avec Khokhrapar dans le Sindh, permettant le passage terrestre entre l'Union indienne et le Pakistan. Jusqu'en novembre 2007, la journée s'y écoulait lentement avec le passage de quelques véhicules, de quelques dizaines d'individus (les jours du bus Delhi-Lahore) et le mouvement des coolies pour décharger un éventuel camion de fruits et de légumes. Wagah semblait relier deux extrémités de deux mondes lointains qui entretiennent des relations ténues et suspicieuses. Pourtant, alors que le jour décline, que les derniers fonctionnaires quittent leur poste pour s'en retourner vers Amritsar pour les Indiens, vers Lahore pour les Pakistanais, la route s'enflamme. Des dizaines d'échoppes ouvrent, autant de marchands ambulants s'installent sur le bord de la route, et surtout des centaines de véhicules, auto-rikshaws, taxis, bus, tentent de se garer bruyamment sur des bas-côtés non stabilisés, sur les conseils de gardiens de parking improvisés. La foule – plusieurs milliers en Inde, plusieurs centaines au Pakistan – s'agglutine devant la barrière des douanes. À 17h, à leur ouverture, elle entre en marche soutenue jusqu'au point « 0 » qui marque la frontière entre le Pakistan et l'Union indienne. Elle dépasse les administrations et se masse derrière une arche fermée d'un mince cordon tenu par les immenses soldats indiens, ou les puissants *Rangers* pakistanais. Vers 18h, enfin, les soldats font glisser la masse d'impatients le long de barrières métalliques qui longent la frontière, les Pakistanais les premiers puis les Indiens. Chacun prend une photo devant le petit bloc de béton qui marque le point « 0 » originel, puis renouvelle la prise de vue devant les deux portes (à vantaux pour l'Inde, coulissante pour le Pakistan) qui séparent les deux territoires avant de prendre place dans de vastes gradins roses en « L » pour l'Inde, et blancs en demi-cercle pour le Pakistan. L'attente n'est pas silencieuse, bien au contraire, les chants, les musiques et les danses s'enchaînent jusqu'à la tombée du jour. Puis, l'officier sonne la « retraite » avant la descente des drapeaux. Les gardes indiens à l'Est, les *Rangers* pakistanais à l'Ouest marchent d'un pas décidé vers les portes closes à grand renfort de gestes guerriers. Ils ouvrent les portes sous les acclamations. Commence alors une étrange parade où Pakistanais et Indiens, de façon coordonnée, grimacent, gesticulent, s'intimident, avant de faire glisser les deux drapeaux lentement et simultanément. Jamais l'un ne doit être plus haut que l'autre. Une fois les drapeaux pliés, les deux officiers se saluent avant de claquer les portes qui resteront closes toute la nuit. Alors, la foule quitte les gradins, non sans venir prendre quelques ultimes photographies avec les héros de la cérémonie.

Pour de nombreux auteurs (Nayar 2003; Tikekar 2004; Van Schendel 2007), la popularité de Wagah Border et de sa cérémonie guerrière serait le symbole de la violence perpétuelle entre Indiens et Pakistanais. Cependant, l'enquête de terrain et la rencontre des acteurs qui vivent la cérémonie (forces de sécurités frontalières, administrations locales, professionnels du tourisme, simples visiteurs) révèlent des logiques diverses, beaucoup plus complexes. Dès lors, quelle est l'impact de la mise en tourisme d'un lieu qui porte en lui la mémoire collective d'un conflit (Halbwachs 1950 : 209) ? Cette mise en tourisme serait-elle la preuve de l'existence de deux nations irréconciliables, prêtes à en découdre au moindre incident ? Ou participerait-elle d'un processus de pacification ? Pour y répondre, nous voudrions confronter les multiples interprétations autour de la symbolique de la cérémonie à l'appropriation effective de la cérémonie par les visiteurs.

Dès lors, la ritualisation de l'entrée des touristes dans les gradins et la théâtralisation de la fermeture de la frontière, peuvent être présentées comme une reconnaissance des deux nations, où chaque citoyen viendrait faire corps avec sa nation et attester de la partition effective entre les deux États. De ce fait, il n'y aurait pas d'incompatibilité entre le fait d'exalter des valeurs nationalistes et le processus de normalisation des relations bilatérales entre les deux États.

Wagah Border, la naissance d'une destination sur le front indo-pakistanaï

C'est en 2000 que l'office du tourisme du Punjab indien décide de transformer Wagah en attraction touristique. La médiatisation de l'ouverture de la ligne de bus Lahore-Delhi en février 1999 et l'engouement pour les cérémonies militaires incitent ses cadres à penser que Wagah pourrait devenir une destination à même d'allonger la durée des séjours touristiques à Amritsar. L'office du tourisme avec l'accord de la *Border Security Force* décide de construire des gradins à proximité du « point 0 ». Par réaction, l'autorité pakistanaïse fait construire la tribune de *Baab-e-Azadi* (la porte de la liberté), inaugurée en août 2001, en hommage aux milliers de Pakistanais morts lors de la partition.

En quelques années, la cérémonie de Wagah est devenue une destination incontournable du tourisme national. Les jours de fête nationale, l'office du tourisme d'Amritsar estime que plus de 12 000 visiteurs indiens assistent à la cérémonie. Désormais, chaque année, près de deux millions de touristes viendraient à la frontière¹. La réussite d'un tel lieu et l'engouement populaire qu'ils suscitent dans toute l'Inde et dans tout le Pakistan est le fruit d'une accumulation de phénomènes (Equipe MIT 2005 : 8-9).

Wagah serait noyée dans l'immensité de la plaine punjabie, entrecoupée des seuls canaux d'irrigation, si la distinction entre les deux Punjab, l'État indien et la province pakistanaïse, n'était pas marquée spatialement par une double clôture barbelée électrifiée (Foucher 1991 : 299). Née dans la douleur de la partition, la frontière Indo-pakistanaïse reste une zone de conflits constants. Du Gujarat au Siachen, elle reste très fortement militarisée et le lieu d'affrontements plus ou moins violents. La dernière guerre dite « de Kargil » qui a eu lieu 1999 n'a pas mis fin aux multiples accrochages. La frontière, surtout le long du Cachemire, reste un lieu où meurent régulièrement des soldats².

Or, Wagah est unique, c'est l'un des deux seuls *Joint Check Point*³ ouverts à la circulation des nationaux et des internationaux. La frontière est sous l'autorité des forces de sécurité de 16h à 8h, des *Custom Department* et *Immigration Department* de 8h à 16h. Jusqu'en novembre 2007, la circulation journalière restait très faible avec moins de cinq véhicules et à peine 75 personnes composées pour moitié d'Indiens et de Pakistanais, et

1. Ces chiffres ne sont que des estimations, la cérémonie étant gratuite, les visiteurs ne sont pas systématiquement décomptés. Les officiers de la *Border Security Force* estiment la fréquentation au remplissage des gradins.
2. Pour en prendre la mesure, il suffit de se rendre au monument aux morts de Chandigarh qui rend hommage à tous les soldats punjabis tombés au combat. Cette double spirale de béton sur laquelle sont accrochées des plaques de marbre noir gravées, se termine par plusieurs mètres d'emplacements vides prévus pour accueillir tous les noms de ceux qui vont mourir lors des accrochages frontaliers futurs.
3. Les *Joint Check Points* ont été créés en 1949. Ce sont les points où les deux forces de sécurités indienne et pakistanaïse sont en contact.

pour moitié de touristes étrangers. En 2007, ce point de passage ne voyait transiter que 5% des échanges entre l'Inde et la Pakistan, soit moins de deux millions de roupies par an⁴. Les individus doivent être munis de visas obtenus à New Delhi ou à Islamabad, souvent après une attente de plusieurs jours. Le passage des véhicules indiens ou pakistanais était interdit, mis à part le bus Delhi/Lahore, qui passe quatre fois par semaine (deux aller-retour), et ceux des pèlerins sikhs indiens se rendant Nankana Sahib⁵. Avant le 1^{er} novembre 2007, les camions étaient obligés de décharger leur marchandise, composée de fruits et de légumes, qui étaient portées par des dizaines de coolies sur les centaines de mètres séparant les deux bureaux des douanes indiennes et pakistanaises. L'essentiel du commerce entre Amritsar et Lahore se fait via les ports de Bombay et de Karachi⁶.

La faiblesse numérique des passages de personnes et de marchandises ne doit pas cacher la forte résonance symbolique de Wagah Border. Point de passage terrestre, il incarne les relations entre le Pakistan et l'Union indienne. Il est régulièrement le lieu de gestes politiques bilatéraux entre les deux gouvernements. Ces actions sont alors largement couvertes par les médias. Wagah est un terme qui évoque, pour les nationaux, les relations entre l'Inde et le Pakistan⁷.

Ainsi, c'est le lieu de l'organisation des échanges de prisonniers indiens et pakistanais, civils ou militaires, capturés pour violation du territoire. Le 14 août 2007, l'Inde a libéré 72 Pakistanais, dont 48 pêcheurs arraisonnés dans les eaux territoriales indiennes, alors que le Pakistan renvoyait 134 Indiens, dont 100 pêcheurs. L'échange avait été préparé plusieurs semaines à l'avance, pour symboliquement correspondre au 60^e anniversaire de l'indépendance des deux États⁸.

Mais c'est surtout en février 1999 que Wagah a pris une nouvelle dimension. Le Premier ministre indien Atal Bihari Vajpayee décide de se rendre au Pakistan via « Wagah Border », en bus, pour inaugurer la ligne Delhi-Lahore, avec 22 parlementaires indiens. Ce trajet terrestre, qui est aujourd'hui ouvert à la population, est le symbole d'une tentative de normalisation des relations indo-pakistanaises. Entre Amritsar à Wagah, les Indiens s'étaient massés pour l'occasion le long de la route formant une immense haie d'honneur de près de 35 km. Le bus transportant le Premier ministre s'était arrêté à la frontière, puis était reparti alors que les Pakistanais se sont regroupés tout le long des 26 km qui séparent Wagah de Lahore. Pour l'éditorialiste et parlementaire indien Kuldip Nayar, cet événement a montré l'union possible des deux États autour d'une même chaîne humaine

4. Le volume des échanges en 2006 était de 869 millions de dollars, in Taneja N., *Trade Possibilities and Non-Tariff Barriers to Indo-Pak Trade*, New-Delhi: ICRIER, 2007, 47 p. Consultable en ligne. <http://www.icrier.org/publication/WorkingPaperNo200.pdf>

5. Cette ville du Punjab pakistanais est le lieu de naissance de Guru Nanak, prophète de la religion sikhe.

6. Les entrepreneurs punjabis indiens spécialisés dans l'industrie mécanique regrettent de ne pas pouvoir écouler leurs produits directement sur le marché du Punjab pakistanais, pourtant fortement demandeur.

7. Cette dimension symbolique se retrouve dans les titres de livres.

8. "India to free 72 Pakistani prisoners", *Daily Times*, Tuesday, August 14, 2007.

continue de 51 km (Nayar 2003 : 210). Le voyage s'était achevé le 20 février 1999 par la déclaration de Lahore qui entend rétablir des liens d'amitiés basés sur le commerce et la dénucléarisation de la région⁹.

Wagah est donc un lieu de la géographie mentale nationale, qu'elle soit pakistanaise ou indienne. D'ailleurs, alors que Wagah est le nom du village pakistanais, il supplante dans les deux États celui d'Attari, qui est le nom du village indien. Cette résonance est suffisante pour en faire un lieu de tourisme de frontière, où l'on vient à la fois commémorer une histoire, voir l'iconographie de la frontière avec ses fortifications, ses administrations, ses drapeaux et ses soldats, et observer un territoire à la fois proche et inaccessible (Gelbman 2008 : 201-202). L'attractivité du lieu est renforcée par la présence de forces paramilitaires qui, chaque soir, sonnent la retraite et organisent la descente simultanée des drapeaux. Elles dotent ainsi Wagah d'un moment où se déroule une action unique. Le lieu n'est plus seulement un point de contact sur la frontière, il est un lieu où est orchestré un rituel journalier autour de deux éléments emblématiques de la nation : l'armée qui la défend et le drapeau qui la représente.

Les discours sur l'origine de la cérémonie sont variés. Cependant, tous les interlocuteurs lui donnent une profondeur historique, liée à un grand moment des relations indo-pakistanaïses. Pour certains, elle daterait de la partition en 1947¹⁰; selon l'office du tourisme du Punjab de 1949, elle aurait été instaurée au moment du cessez-le-feu sous l'égide de l'ONU permettant la création de la frontière et des *Joint Check Points*; enfin pour les officiers de la *Border Security Force*, elle aurait été instituée suite à la guerre indo-pakistanaïse de 1965, en même temps que la création de leur unité spécialisée dans la surveillance de la frontière. Dans son organisation, elle est fortement liée au statut très spécifique du drapeau national indien dont l'usage est réglementé par un code, le *Prevention of Insults to National Honour Act* de 1971, amendé en 2003¹¹. Le drapeau pakistanais, dont l'usage est beaucoup moins réglementé, intègre cependant les règles du drapeau indien à la frontière, où il ne peut pas apparaître comme inférieur. Par conséquent, les deux drapeaux sont descendus simultanément, dans une forme de concurrence symbolique où chaque nation doit rester toujours au même niveau que l'autre. En même temps, les deux forces de sécurité mettent en scène « la retraite » selon les codes du *drill*, le code hérité de l'armée britannique. Le geste doit être vif, voire violent et claquer aux ordres d'une voix forte et cinglante. De ce fait, le rite de descente du drapeau devient un théâtre pour exacerber le face-à-face entre les deux nations.

9. Cependant, ce discours d'intentions a été immédiatement remis en question par la guerre de Kargil planifiée à peine deux semaines après la déclaration commune par l'armée pakistanaïse et entamée en mai 1999, dès la fonte des neiges.

10. "The show of anger and determination", *Daily Times*, Mardi 29 mai 2003.

11. Le drapeau indien est réglementé dès 1950 par le "Emblems and Names (Prevention of Improper Use) Act" qui est complété en 1971 par le "Prevention of Insults to National Honour Act". Le "Flag Code of India" applicable à partir du 26 janvier 2002 répond à la demande sociale d'usage individuel du drapeau, précédemment proscrite en dehors des fêtes nationales, suite à la pétition présentée par l'industriel Naveen Jindal à la Haute cour de Delhi.

Venir à Wagah Border pour vivre la nation et attester de la partition

Si la cérémonie est ancienne de plusieurs dizaines d'années, elle est restée peu médiatisée avant les années 2000. Cependant, l'afflux croissant de spectateurs favorise l'émergence de nouvelles pratiques. À la descente des drapeaux est par exemple ajouté un long prologue patriotique au cours duquel les foules, incarnant les nations, investissent l'espace de la frontière.

La frontière, comme point de contact avec l'Autre, considéré parfois comme un adversaire voire un ennemi, permet de se mettre en scène. Ainsi, les touristes nationaux, qu'ils soient indiens ou pakistanais, vont à la fois observer et participer à la cérémonie. Cette double dimension est particulièrement visible dans le comportement adopté sur le moment et dans l'usage des images prises sur l'instant, puis montrées plus tard. Les visiteurs veulent à la fois être spectateurs et acteurs (Michel 2004 : 106). Wagah est un lieu qui se vit.

L'accès est donc ritualisé. Les visiteurs attendent sur la route goudronnée, devant les arches derrière les gradins, à la hauteur des monuments qui rappellent les massacres de 1947¹². Du côté pakistanais, la porte de la liberté commémore les morts musulmans sur les chemins de l'exil, du côté indien, une stèle noire est dressée au milieu de la route à la mémoire des Punjabis massacrés durant la partition. Vers 18h, les femmes puis les hommes sont invités à pénétrer sur le site, selon un chemin précis. Les forces de sécurité leur font longer la frontière, pour pouvoir photographier la borne qui marque le « point 0 » et toucher les portes qui séparent les deux États. Ce parcours fait entrer les touristes par la scène et leur permet surtout de voir, à quelques mètres de là, le peuple voisin avant de prendre place dans les gradins¹³. Les *Rangers* pakistanais imposent à la population une tenue longue et la séparation des sexes dans les gradins, avec les hommes à droite et les femmes à gauche, au nom du respect des règles de l'Islam. Les forces de sécurité indiennes réservent, elles, un espace aux femmes et aux VIP, pour les mettre à distance des éventuels débordements des groupes de jeunes hommes, souvent exaltés par la cérémonie. En effet, l'attente n'est pas muette et calme, mais bruyante et démonstrative. Les deux États diffusent, à grands renforts de haut-parleurs, des musiques patriotiques. Au Pakistan, l'hymne national est associé à des psalmodies du *Coran* et tout particulièrement la *Chahâda*. En Inde, sont mélangés hymne et chants patriotiques, dont certains sont tirés de films populaires de Bollywood. Si les deux foules scandent « longue vie à l'Inde » ou « longue vie au Pakistan », les Indiens sont invités à danser devant les gradins, créant une ambiance de liesse généralisée. Mais surtout, certains individus sont appelés à jouer un rôle particulier. Ils vont pouvoir manipuler le drapeau national sous le contrôle des forces de sécurité. Des deux cotés de la frontière, ces individus deviennent, momentanément, des allégories de la nation.

12. Le Punjab était une région multiconfessionnelle qui fut partagée entre l'Inde et le Pakistan, selon des critères religieux. L'Ouest devenait musulman, tandis que l'Est devenait sikh et hindou. Les transferts de populations furent accompagnés de violences extrêmes qui ont accéléré les exodes contraints et le processus de recomposition religieuse.

13. Dans les nombreuses vidéos mises en ligne sur internet, il est intéressant de noter les zooms réguliers sur le public adverse. Certains aiment à s'attarder sur des visages comme pour humaniser une foule qui vocifère des slogans.



Course de drapeaux à Wagah Border © David Goeurly

En Inde, un animateur appelle des spectateurs à brandir le drapeau national et à courir jusqu'à la frontière, sous les acclamations de la foule. Il choisit n'importe quel citoyen de passage pour démontrer la dimension démocratique de l'État. Les hommes, puis les femmes, se pressent pour bénéficier de ce moment de gloire, car en Inde, porter le drapeau ne se fait que dans des circonstances exceptionnelles, encadrées par l'État (Zins 2005)¹⁴. Les Indiens, choisis comme porte-étendards, ont le sentiment de vivre un moment exceptionnel, où devant des milliers de compatriotes, ils incarnent la nation, en portant son symbole, le drapeau, jusqu'aux limites terrestres de son territoire. Au Pakistan, tous les soirs, les deux mêmes hommes, vêtus de vert et de blanc, couleurs de la nation, paradent et exhortent la foule. Le plus âgé, Baba Mehar Din, vendeur de légumes, ancien soldat de 80 ans, résidant à Lahore, qui vient, chaque soir, depuis 40 ans (selon les journaux pakistanais), en scandant « Allah Akbar » (Dieu est grand) et « Pakistan Zindabad » (Longue vie au Pakistan), revendique son geste comme une participation à grandeur de la nation. Il est, d'ailleurs, devenu un mythe patriotique. Son engagement a été récompensé par le Président Musharraf, au nom de la nation, le 6 avril 2007, par la remise de 50 000 Roupies et l'offre d'un voyage à la Mecque pour procéder à l'*umra*¹⁵.

14. Tout usage détourné est condamné. *The Prevention of Insults to National Honour Act*, section III, partie A, article v, 1971.

15. "Baba Mehar gets Rs 50 000 for patriotism", *Daily Times*, Vendredi 6 avril 2007. L'*umra* est une visite à la Mecque qui peut se faire à tout moment à la différence du pèlerinage, elle ne fait pas partie des cinq piliers de l'islam et est souvent considérée comme supplémentaire ou préparatoire, elle efface les péchés de l'année.



Course de drapeaux à Wagah Border © David Goeury

Les visiteurs nationaux sont mobilisés autour de symboles. D'un côté, le pays des purs s'affirme autour de la religion musulmane, alors que l'Inde exalte sa dimension démocratique et libre. La frontière et le point « 0 » deviennent le lieu témoin de la séparation entre l'Inde et le Pakistan. La partition y est attestée par tout individu, indien, pakistanais ou étranger, qui assiste à la cérémonie. L'affirmation de Mohammad Ali Jinnah « en 1947 nous étions une nation qui cherchait un pays, désormais nous sommes un pays qui cherche une nation » toujours au cœur du questionnement sur la nation pakistanaise, considérée comme inachevée (Jaffrelot 2002 : 7), trouve sa réponse à Wagah. Tous les symboles du Pakistan sont convoqués. Le portrait de Mohammad Ali Jinnah domine la porte de la liberté qui commémore la mort des milliers de réfugiés, victimes des violences interconfessionnelles en 1947. L'armée forte et inflexible garde la porte. L'Islam, ciment fédérateur, envahit l'espace sonore à travers les chants coraniques et s'incarne dans l'allégorie de Baba Mehar Din, drapé de vert, agitant le drapeau au croissant blanc.

De plus, les Pakistanais et Indiens construisent leurs identités nationales respectives en négatif de celle de l'autre. À l'exubérance et la démesure indienne, qui associent les musiques de films, les danses, la dimension bariolée de la foule et la course effrénée des porteurs d'étendards, comme autant de performances patriotiques individuelles qui témoignent de l'adhésion positive de chaque citoyen à « la plus grande démocratie du monde », les Pakistanais opposent la mesure du pays des Purs¹⁶. Pour les autorités pakistanaises qui cherchent à faire reconnaître la spécificité culturelle de leur nation à l'échelle mondiale, Wagah border devient l'exemple explicite de leur différence avec

16. Pour Maneesha Tikekar, la culture pakistanaise veut se construire comme une contre-culture indienne et une « anti-performing culture » (Tikekar 2004 : 330).

l'Inde. Ainsi, tout groupe d'officiels étrangers de passage à Lahore est emmené à la cérémonie de la fermeture de la frontière, pour qu'ils puissent constater de leurs propres yeux que les deux nations, pakistanaise et indienne, sont clairement distinctes et surtout que les deux peuples ont des comportements opposés. Wagah leur permet de soutenir les discours sur l'impossible vie en commun entre Pakistanais et Indiens, de dénoncer le mouvement gandhien qui juge la partition comme le plus grand drame de l'Union indienne et enfin de revendiquer le rattachement du Cachemire au Pakistan (Jaffrelot 2000 : 201).

Pour la population, Wagah Border devient alors l'espace où se vit la nation. Du côté indien, la cérémonie est rapidement devenue extrêmement populaire, faisant de Wagah une grande destination du tourisme national. Les transports collectifs se multiplient, attendant les clients à la sortie du Temple d'or sikh d'Amritsar. Les chauffeurs vantent l'incroyable de la cérémonie à renfort de photographies et surtout jouent sur la fibre nationaliste en arguant que c'est le lieu où tout citoyen indien qui se respecte doit être allé. Désormais, les professionnels du tourisme comparent le Taj Mahal d'Âgrâ et le Fort Rouge de New Delhi, les deux monuments nationaux, les plus visités, avec les deux principales attractions d'Amritsar. Ainsi, le Temple d'Or, chef d'œuvre d'architecture, est comparé au Taj Mahal. Cependant, le lieu de culte des Sikhs, toujours actif, fréquenté par des dizaines de milliers de pèlerins, est qualifié de « *living monument* » (monument vivant), alors que le tombeau moghol n'est que le fabuleux vestige d'une époque révolue. De même, Wagah border est présentée comme le lieu vivant de la nation indienne, alors que le Fort Rouge, où a été proclamée l'indépendance le 15 août 1947, n'est qu'un lieu de mémoire de la nation (Nora 1984). À la commémoration annuelle est opposée la possibilité de vivre le nationalisme face au « frère ennemi ». Des voyages spéciaux sont organisés pour les écoles et des groupes de jeunes hommes des grandes villes du Nord et du Sud viennent spécialement pour la fermeture de la frontière. Les étudiants et les jeunes urbains décrivent Wagah comme une expérience extrême, un contact direct et passionnel avec le nationalisme. Ils font de la frontière une destination à la mode où on doit être allé. Porter l'étendard et scander des slogans, permet de faire corps avec la nation, en longeant son enveloppe, la frontière avec le Pakistan (Equipe MIT 2002 : 197).

La violence comme catharsis : un théâtre touristique

L'augmentation croissante des visiteurs fait de Wagah border un véritable phénomène de société. Par conséquent, la cérémonie est devenue un espace de débat qui questionne ce qui relève du théâtre et du vécu des spectateurs. Deux points de vue s'opposent. D'une part, de nombreux observateurs, journalistes, universitaires et touristes internationaux interprètent la violence comme réelle. Pour ces « manipulateurs de symboles »¹⁷, la parade militaire avec ses gestes brutaux et intimidants, dont les fameux grands mouvements de jambes ressemblant à de terribles coups de pieds, est bien plus que du théâtre. Ainsi, dans son livre *Across the Wagah an Indian Sejour in Pakistan*, l'universitaire indienne, Maneesha Tikekar décrit cette scène comme un affrontement dramatique où la haine des regards, la violence des coups de pieds en l'air sont autant d'appels à la violence.

17. Nous utilisons l'expression de Robert Reich pour désigner ces acteurs mondialisés pouvant largement diffuser leurs interprétations et créer des représentations du Monde.

Pour elle, exhiber le patriotisme avec autant d'animosité envers son voisin, et tant de plaisir à le faire, est un jeu dangereux. Elle conclut son analyse en se demandant s'il existe ailleurs dans le monde une descente de drapeau aussi théâtrale et aussi excessive de patriotisme (Tikekar 2004 : 92). De même, l'artiste et militant pakistanais Mian Ijaz-ul-Hassan voit en la violence pathétique de la cérémonie de fermeture de la frontière de Wagah qui recommence inlassablement chaque soir, l'image du conflit indo-pakistanaï¹⁸. Enfin, dans un texte illustré de photographies de la cérémonie et intitulé « The Wagah Syndrome », l'universitaire Willem Van Schendel fait de la cérémonie le modèle type de l'ultranationalisme exubérant dont la débauche de violences symboliques annonce des violences physiques vis-à-vis des États voisins et à l'encontre des communautés minoritaires (Van Schendel 2007 : 44). Si l'élite intellectuelle indienne et pakistanaïse condamne la cérémonie, d'autres voix plus anonymes distinguent théâtralisation de l'agressivité et violence¹⁹. En effet, sur place, nombreux sont les Pakistanais et les Indiens qui n'y voient qu'un show. Les Punjabis, habitués à y conduire leurs amis venus en visite, présentent Wagah comme une attraction, sans pourtant exclure sa dimension civique. Ainsi sur le site internet de mise en ligne de vidéos personnelles *Dailymotion*, un Pakistanais a décidé d'intégrer un prologue à son montage d'images de la cérémonie en disant « n'y voyez rien de politique ou de guerrier et si vous n'êtes pas d'accord, contactez-moi pour en discuter ».

Le 20 octobre 2002, ce débat est devenu institutionnel, suite à l'affrontement entre un soldat pakistanais et un soldat indien qui se sont menacés de leurs armes à feu, heureusement déchargées durant la cérémonie; ils ont du être séparés par les officiers alors que les spectateurs des deux cotés multipliaient les insultes²⁰. Pendant plus de deux ans, les deux administrations militaires ont débattu du degré de violence des gestes hérités du drill. À la fin du mois de mars 2004, l'Inde a demandé officiellement de réduire l'agressivité des gestes et surtout l'ampleur des mouvements de jambes pour qu'ils apparaissent comme moins brutaux et ressemblent moins à un simulacre de combat. À Lahore, le commandement des *Border Security Forces* indiennes et des *Rangers* pakistanais ont décidé de réorienter la cérémonie vers des postures moins agressives en demandant aux soldats de ne faire aucune provocation et bien au contraire de faire preuve de respect mutuel. Cependant après l'accord de principe, les deux parties ont convenu qu'il fallait d'abord déterminer la forme du nouveau rituel avant de changer²¹. Or, en novembre 2006, le lieutenant général Hussain Mehdi, directeur général des *Rangers* pakistanais du Punjab, a déclaré qu'il ne ferait pas modifier la gestuelle des soldats, alors que les Indiens avaient procédé à de légères modifications pour adoucir les mouvements. Pour lui, la cérémonie de la « retraite » héritée du drill doit perdurer dans sa forme originelle, car elle est à la fois un élément identitaire de la population pakistanaïse et surtout, désormais, une attraction touristique. Il conclut que la prétendue violence de la cérémonie a un très

18. Ijaz-ul-Hassan M. , "The way it was: Other side of nationalism", *Daily Times*, 11 juin 2003.

19. Ces anonymes ne bénéficient pas des mêmes médias pour diffuser leur point de vue.

20. AFP, "Ceremonial guard at India-Pakistan border ends in brawl", *Daily Times*, 22 octobre 2002.

21. Gilani I., "Flag lowering at Wagah border : Pakistan, India decide to 'reorient' ceremony", *Daily Times*, 7 avril 2004.

faible impact sur les relations bilatérales indo-pakistantaises²². Le débat se poursuit et les autorités pakistantaises, à l'image du lieutenant-colonel Tariq Janjua, considèrent même que la diminution de la dramaturgie gâcherait le spectacle alors que la foule vient pour la dimension démesurée du drill et non pour une simple parade s'achevant par la descente du drapeau et la fermeture de la frontière²³. Les plus hauts dignitaires de l'État pakistantais, le Général major Javid Zia et le ministre de l'Information Tariq Azim, réaffirment cette idée, lors des rencontres avec leurs homologues indiens à New Delhi²⁴. L'afflux croissant de touristes nationaux et internationaux justifie, alors, l'agressivité des soldats comme un élément du show.

L'attrait du spectacle ne doit pas écarter la dimension idéologique du débat. Le refus pakistantais, s'inscrit dans la permanence du mythe colonial des races dites « martiales ». De cette théorie britannique a émergé l'idée de la supériorité du soldat musulman carnivore sur le soldat hindou végétarien²⁵. Ce mythe reste très présent dans les esprits de la population et des officiers pakistantais et ce malgré plusieurs défaites face aux Indiens²⁶. L'idée d'agressivité et de force des soldats musulmans est constitutive de l'*ethos* de l'armée pakistantaise. Elle est utilisée pour justifier la résistance du Pakistan à l'Inde, malgré le différentiel démographique entre les deux États (166 millions d'habitants au Pakistan contre 1 142 millions en Inde)²⁷. Les *Rangers* de Wagah border grands, musculeux, au regard furieux, surnommés avec fierté « les fils de lions », doivent incarner la prétendue supériorité militaire devant l'armée indienne, pas tant pour impressionner les soldats indiens que pour rassurer le public pakistantais (Jaffrelot 2000 : 204-205). Le rituel doit donc conserver son agressivité.

Cependant, sur place, les hommes qui manifestent le plus de ferveur patriotique et qui s'enflamment en hurlant des slogans, concluent toute discussion sur le sujet en disant que les tensions entre l'Inde et le Pakistan sont le fruit des gouvernements et surtout, pour les Indiens, de l'absence de démocratie au Pakistan. Wagah draine un public de plus en plus nombreux sans qu'il y ait de violences physiques, alors que le Pakistan et l'Inde sont régulièrement le lieu de violences communautaires. Les spectateurs de la cérémonie de la fermeture de la frontière, même lorsqu'ils exultent verbalement, restent pacifiques. La frontière n'est pas un lieu de conflit avec l'Autre, mais de confrontation à l'Autre pour construire son identité. La théâtralisation désamorce le conflit, par la reconnaissance de l'Autre dans sa différence (Sémelin 2005 : 444-445).

22. Khan S., "Rangers won't tone down drill", *Daily Times*, 13 novembre 2006.

23. "Crowds left cold as India leaves Wagah dramatic to Pakistan", *Reuters*, 13 janvier 2007.

24. "Troops to keep up aggressive ritual at Wagah", *AFP*, 18 février 2007.

25. Cette théorie permettait de justifier l'autorité des empires musulmans depuis le 12^e siècle alors que les hindous étaient majoritaires.

26. La dernière défaite durant la guerre de Kargil en 1999 n'a jamais été officiellement reconnue.

27. Il est intéressant de noter que le service de recrutement de l'armée pakistantaise met en avant, sur son site internet, l'invincibilité des soldats alors que l'armée indienne insiste surtout sur la fraternité et le courage.

Les 14 et 15 août : cérémonie et contre-cérémonie à Wagah

Les 14 et 15 août, jours des fêtes nationales respectivement du Pakistan et de l'Union indienne, sont des moments forts à Wagah. Le nombre des visiteurs bat des records. La levée du drapeau pakistanais à la frontière le 14 août est le symbole de la naissance du Pakistan, séparé de l'Union indienne. Wagah Border est un des lieux où « l'on doit être » pour fêter l'indépendance comme Lahore pour les Pakistanais et le Fort Rouge à New Delhi pour les Indiens.

Wagah est, aussi, le lieu d'une autre cérémonie annuelle dont l'objectif est tout autre. Depuis le 14 août 1996, pour la 50^e année de l'indépendance du Pakistan et de l'Inde, Kuldeep Nayar, l'éditorialiste susmentionné, a décidé d'allumer des chandelles à minuit (Nayar 2003 : 208). Les chandelles restent allumées, à la frontière, toute la nuit, pour assurer une continuité symbolique entre les deux déclarations successives d'indépendance du Pakistan le 14 et de l'Union indienne le 15. À cette manifestation pour la paix et la réconciliation, ne participaient qu'une douzaine de personnes lors de la première expérience, alors qu'aujourd'hui, elle mobilise des centaines de milliers de personnes. La *candlelight vigil* (veillée aux chandelles) est désormais devenue un moment fort. Des associations, de part et d'autre de la frontière, de plus en plus nombreuses rallient le mouvement comme symbole de la paix possible entre l'Inde et le Pakistan. Elles associent aux chandelles des concerts associant musique moderne et de danse traditionnelle punjabis. Les participants scandent « Hindu-Pak Dosti Zindabad » (Longue vie à l'amitié indo-pakistanaise). Ils appellent à la fin de la politique des visas pour favoriser les liens directs entre les populations, pour en finir avec les affrontements par gouvernements interposés. Ce mouvement est fortement critiqué par les partisans indiens d'une politique dure vis-à-vis du Pakistan. Ils décrivent les porteurs de chandelles comme des doux rêveurs face à la violence et la dangerosité du Pakistan, pourvoyeur de guerre et de terrorisme. De même, les forces de sécurité des deux pays hésitent à laisser la population librement accéder au « point 0 ». Régulièrement, les gouvernements empêchent la manifestation ou en diminuent la portée symbolique. Par exemple, en 2004, si les Pakistanais sont autorisés à se rendre à la cérémonie de lever du drapeau le matin du 14 août, les autorités bloquent, dans la banlieue de Lahore, les individus désireux de gagner la frontière pour la veillée aux chandelles du soir, prétextant une menace terroriste islamiste. De son côté, la *Border Security Force* indienne préfère retenir les manifestants indiens à l'entrée de la zone douanière. Et même si certains militants pacifistes arrivent à passer les barrages, le Pakistan fait diffuser par les hauts-parleurs des chants coraniques pour couvrir leurs slogans prônant l'amitié entre l'Inde et le Pakistan²⁸.

Pour le soixantième anniversaire de l'indépendance, 2007 devait être un moment exceptionnel. Deux associations « Routes 2 Roots²⁹ » et « Friends without Borders³⁰ », qui

28. Ahmed S., Khan S., « Lahore the place to be on Aug 14 », *Daily Times*, 15 août 2004.

29. Cette association indienne basée à Delhi disposant d'une antenne au Pakistan est dirigée par l'indienne Amita Gupta et la pakistanaise Tina Vachani. Elle est soutenue par de nombreuses femmes qui veulent réconcilier les États du Sud asiatique et surtout le Pakistan et l'Inde comme l'ont été la RDA et la RFA. Elles organisent de multiples actions culturelles, des manifestations communes régulières et militent pour la création d'une zone économique de libre-échange entre les deux pays (voir <http://www.routes2roots.com>).

multiplient les liens entre les populations des deux États, envisagent un immense concert « Dil se Dil (Heart to heart) : Independence Day Friendship Celebration » commun, de part et d'autre de la frontière. Il devait commencer le 14 août à 23h et s'achever le 15 à 12h30, pour faire vivre symboliquement la continuité entre les deux déclarations d'indépendance. Ce concert géant, financé par des multinationales comme Nokia, devait être retransmis en direct sur la télévision indienne et pakistanaise. Des stars du Bollywood, des joueurs de cricket et des chanteurs étaient attendus pour ce moment exceptionnel. L'association « Routes 2 Roots » voulait que la cérémonie montre qu'Indiens et Pakistanais participent d'une même humanité, dansent sur les mêmes chansons, idéalisent les mêmes stars et pratiquent les mêmes sports. Cependant, au dernier moment, les autorités locales ont décidé d'interdire l'accès nocturne à la zone frontière pour des raisons de sécurité³¹, tenaillées par la peur des mouvements de foule³². Le projet a donc été annulé.

Kuldip Nayar n'hésite pas à opposer la démarche des deux cérémonies médiatiques de Wagah que sont la descente du drapeau et la veillée aux chandelles. Pour lui, la première est étroitement encadrée par les institutions, dont l'armée, en évitant tout contact direct entre les populations, alors que la seconde appelle à la réconciliation directe entre les individus³³. Cette opposition est en fait beaucoup plus profonde et révèle deux courants qui animent le sous-continent depuis 1947. En effet, la société reste divisée entre les partisans du rêve de la réconciliation et les partisans de la théorie des deux nations (Jaffrelot 2000 : 231). À la cérémonie nationaliste orchestrée par l'armée et l'État, la « candlelight vigil » oppose une logique transnationale qui dépasse la politique des États et s'appuie sur une société civile mondiale, soutenue par des ONG et des multinationales. La « candlelight vigil » nie la frontière en s'appuyant sur des valeurs mondiales présentées comme plus légitimes que celles de la nation. De ce fait, elle n'est pas seulement jugée comme une manifestation de doux rêveurs, mais comme une force subversive à même de remettre en question les constructions politiques nationales. L'argument du mouvement de foule franchissant la frontière sans passer par le filtre institutionnel des visas n'est pas un alibi fallacieux pour interdire le concert, mais traduit bel et bien la peur d'un acte symbolique fort qui serait médiatisé à l'échelle mondiale, remettant en question les logiques gouvernementales. Par conséquent, la manifestation est régulièrement entravée par les autorités indiennes et pakistanaises qui aujourd'hui s'abritent derrière le risque terroriste, dont la dimension imprévisible permet de justifier l'interdiction des grandes manifestations publiques.

Il faut noter que cette contre-cérémonie ne diminue pas l'aura de la descente des drapeaux, bien au contraire, elle la renforce. Les deux événements ont un effet cumulatif générant une aura toujours plus grande du poste-frontière et attirant un public de plus en plus nombreux.

30. Cette association basée aux États-Unis organise un vaste échange de courriers entre les enfants pakistanais et indiens pour favoriser des contacts directs entre les nouvelles générations.
<http://www.friendswithoutborders.org>

31. Manan A., "Thousands celebrate at Wagah", *Daily times*, 15 août 2007.

32. Jaideep Sarin, "Gala India-Pakistan concert at Wagah called off", IANS, 14 août 2007.

33. [Http://kuldipnayar.com/Express/10August2006.htm](http://kuldipnayar.com/Express/10August2006.htm)

Le tourisme : une première étape vers la normalisation des relations indo-pakistanaïses

La résonance nationale de Wagah Border ne doit pas occulter les enjeux régionaux. En effet, le projet a été porté en premier par l'État du Punjab et surtout par l'élite économique et administrative de la ville d'Amritsar dont de nombreux membres de la communauté sikhe (Foucher 1991 : 332). Cette minorité religieuse, concentrée dans le Punjab, a souffert de la partition qui l'a obligée à quitter le Punjab pakistanaïse et l'a coupée de lieux de cultes comme le lieu de naissance du guru Nanak. Après avoir réclamé le fractionnement de l'État du Punjab pour disposer d'un État sikh plus autonome, à la fin des années 1970, les ultranationalistes sikhs sont entrés en guerre avec le gouvernement fédéral de New Delhi pour créer un État indépendant, le Khalistan³⁴. Battus, aujourd'hui, ils laissent la place à un nouveau mouvement sikh désireux de s'ouvrir sur le Pakistan. Il veut redonner au Punjab sa dimension d'espace charnière, et ainsi relancer le développement économique de la région, mis à mal par les années de conflits.

Dans ce nouveau contexte, le département du tourisme d'Amritsar désire jouer un rôle-clef et insiste sur les multiples dimensions de la cérémonie. Si effectivement, la médiatisation de la cérémonie permet d'augmenter la fréquentation touristique de la région et surtout le nombre de nuitées passées dans la ville, en mettant en scène une activité nocturne qui s'achève à 19h30 et qui oblige, ainsi, les touristes à dormir à Amritsar, elle a aussi des objectifs politiques. L'administration revendique la dimension nationaliste de la cérémonie. Elle la présente comme un moment d'éducation à la citoyenneté, avec l'exaltation des symboles nationaux, et de civisme, par le respect des institutions et du public pakistanaïse. L'animateur indien s'assure que les éventuelles insultes ou slogans hostiles soient couverts par la voix de la foule scandant « longue vie à l'Inde ». Alors, la cérémonie joue un rôle fondamental dans la politique nouvelle de réconciliation entre l'Union indienne et le Pakistan. Les responsables du département du tourisme espèrent modifier en profondeur la vision qu'ont les Indiens du Pakistan, par l'accueil d'un public de plus en plus diversifié, venant de toute l'Inde et surtout du Sud³⁵. Ils veulent substituer à la représentation de la frontière-front d'où émergeraient régulièrement la guerre et le terrorisme, celle d'une frontière contrôlée où deux peuples proches et respectables peuvent se rencontrer. De ce fait, pour ces Punjabis, le tourisme de masse à Wagah est essentiel à la construction d'un premier dialogue avec le Pakistan, en permettant à la population indienne d'entrer, même de manière lointaine et extrêmement contrôlée, en contact avec la population pakistanaïse et ainsi de la dédramatiser. Ils insistent sur la dimension binationale de la cérémonie et sur la coordination des deux forces armées, prouvant qu'Indiens et Pakistanais peuvent travailler ensemble quotidiennement et sans heurts. Nombreux sont ceux qui concluent sur le fait que, la nuit venue, les soldats ne respecteraient pas la frontière et vont manger et boire ensemble. Ils espèrent ainsi que l'opinion publique nationale de l'Inde devienne plus favorable à la réouverture progressive

34. L'aventure se termine tragiquement par la prise d'assaut par l'armée du Temple d'or et l'assassinat quelques mois plus tard d'Indira Gandhi par ses gardes du corps sikhs en 1984 (Jaffrelot 2006 : 318).

35. Les officiels et les habitants d'Amritsar insistent sur le fait que la cérémonie soit, désormais, extrêmement populaire à l'échelle nationale. Ils mettent en avant la venue croissante d'Indiens vivant dans le Sud de la péninsule, sans pour autant être capables de donner des éléments statistiques.

de la frontière à un trafic de marchandises plus intense. Certains avancent même l'espoir de mettre en place progressivement une zone de libre-échange avec le Pakistan, idée encore assez impopulaire à l'échelle nationale³⁶.

Le 1^{er} novembre 2007, une première étape a été franchie avec l'autorisation donnée aux camions préalablement enregistrés de traverser la frontière avec pour objectif d'atteindre un trafic de 200 camions par jour. L'État du Punjab et la ville d'Amritsar envisagent désormais la création d'une vaste zone commerciale qui accueillerait les camions le jour et les touristes le soir. Parallèlement, pour accélérer les échanges et la libre circulation des individus, l'État du Punjab espère l'implantation d'un consulat du Pakistan à Amritsar, habilité à délivrer des visas pour la population et surtout pour les pèlerins sikhs. La cérémonie est aujourd'hui présentée comme une première étape de la reconnaissance internationale de deux nations qui peuvent dépasser leurs conflits antérieurs et devenir des partenaires économiques et politiques. Certains décideurs punjabis espèrent la généralisation des partenariats internationaux dans le cadre d'une nouvelle association d'États, comme la SAFTA (South Asia Free Trade Association) créée en 2004, et ainsi recréer une aire de développement économique internationale transfrontalière, sur les vestiges du Punjab d'avant 1947, sans remettre en question l'idée des deux nations (Jaffrelot 2000 : 232).

Conclusion

Wagah Border est un haut lieu des relations indo-pakistanaises qui porte en lui à la fois la mémoire de la violence des massacres communautaires de 1947 et le quotidien des conflits frontaliers. Cette dimension symbolique forte est renforcée par la cérémonie quotidienne de descente des drapeaux. Gouvernements fédéraux, gouvernements régionaux, armées, partis politiques, intellectuels, associations transnationales, investissent ce lieu pour légitimer des discours sur les relations indo-pakistanaises. Malgré leurs points de vue divergents, voire opposés, ils dotent Wagah Border d'une résonance grandissante et renforcent son attractivité touristique. Or, la mise en tourisme de la frontière transforme la symbolique de la cérémonie. L'agressivité des soldats devient une composition d'acteurs, le nationalisme, un jeu. La théâtralisation rapproche la cérémonie du show et l'écarte de la guerre. Ceci est renforcé par la dimension journalistique, donc répétitive, de cet affrontement symbolique entre deux armées, sans vaincu et sans vainqueur, sous les acclamations d'une foule en liesse. Dès lors, le face-à-face des touristes indiens et pakistanais permet d'attester de la partition et de légitimer les institutions incarnées par les deux armées et les deux drapeaux. Il est une première étape de la reconnaissance de l'Autre, avec ses spécificités. Cette étape est indispensable à la normalisation des relations internationales. Par conséquent, ce tourisme de masse, même s'il se fait autour des symboles de la nation, est un élément de pacification du lieu. Il permet de convertir un espace de conflit en un espace de conciliation. Il dépasse les débats idéologiques et instaure les conditions d'une première rencontre, certes limitée, mais réelle. De plus, il prépare le passage d'une gestion purement politique de la frontière à une gestion plus économique, en générant de nouveaux flux et de nouvelles activités (Brunel 2006 : 257). Enfin, il permet de concilier enjeux nationaux et développement régional, surtout dans une démocratie où la prise de décision passe par l'adhésion des masses et la sensibilisation des décideurs.

36. Entretien avec l'auteur, août 2007.

Références citées

- BRUNEL, Sylvie, 2006. *La planète disneylandisée. Chroniques d'un tour du monde*. Paris : Éditions Sciences Humaines.
- ÉQUIPE MIT,
2002. *Tourismes 1. Lieux communs*. Paris : Belin
2005. *Tourismes 2. Moments de lieux*. Paris : Belin.
- FOUCHER, Michel, 1991. *Fronts et frontières. Un tour du monde géopolitique*. Paris : Fayard.
- GELBMAN, Alon, 2008. "BorderTourism in Israel: Conflict, Peace, Fear and Hope", *Tourism Geographies*, 10 (2), pp. 193-213.
- HALBWACHS, Maurice, 1950. *La mémoire collective*. Paris : PUF.
- JAFFRELOT, Christophe,
2000. *Le Pakistan*. Paris : Fayard.
2002. "Pakistan searching for its Identity", in Jaffrelot C. (dir.), *Pakistan Nationalism without a Nation?*, pp. 7-51. New Delhi: Manohar.
2006. *L'Inde contemporaine, de 1950 à nos jours*. Paris : Fayard.
- MICHEL, Franck, 2004. *Désirs d'ailleurs. Essai d'anthropologie des voyages*. Québec : Presses de l'université de Laval.
- NAYAR, Kuldip, 2003. *Wall at Wagah: India-Pakistan Relation*. New Delhi: Gyan Pub. House.
- NORA, Pierre (dir.), 1984. *Les lieux de mémoire. I. La République*. Paris : Gallimard.
- SÉMELIN, Jacques, 2005. *Purifier et détruire. Les usages politiques des massacres et génocides*. Paris : Seuil.
- TIKEKAR, Maneeshar, 2004. *Across the Wagah, an Indian Sejour in Pakistan*. New Delhi/New Jersey: Promilla and co./Publishers bibliophile South Asia.
- VAN SCHENDEL, Willem, 2007. "The Wagah Syndrome: Territorial Roots of Contemporary Violence in South Asia", in Basu, Amrita et Srirupa Roy (eds), *Violence and democracy in India*, pp. 36-82. Calcutta, New York, Londres: Seagull Books.
- ZINS, Max-Jean, 2005. « Rites publics et deuil patriotique. Les funérailles de la guerre indo-pakistanaise de 1999 », *Archives des sciences sociales des religions*, 131 (2005) – Varia, (En ligne), mis en ligne le 30 juin 2008. URL : <http://assr.revues.org/document3258.html>

La menace touristique

La Thaïlande face à « l'importation » du sida

Sébastien ROUX

Résumé : À partir du milieu des années 1980, la Thaïlande a dû faire face à l'explosion du nombre de contaminations au VIH/sida, perçue à l'origine comme une « maladie blanche », un fléau occidental. Les prostituées travaillant au contact de touristes étrangers ont rapidement été désignées comme les responsables de l'introduction et de la diffusion du virus dans le pays. Et le tourisme, longtemps encensé pour ses vertus développementalistes, est soudainement apparu comme une menace pour la survie même du corps social. Les projets répressifs se sont multipliés (tests sanguins pour les touristes, sidatorium pour les prostituées, etc.), témoignant de la fébrilité et du sentiment d'urgence qui se sont emparés des autorités politiques et administratives. La mise en place de la réponse politico-sanitaire du gouvernement apparaît comme un moment singulier où les autorités politiques hésitent entre projets coercitifs, attentisme et libéralisme contraint. En revenant sur la chronologie de la réponse thaïlandaise, l'article montre comment l'industrie touristique, au cœur des problématiques de mobilités et de contrôle des frontières, a pu faire l'objet d'enjeux politiques particulièrement sensibles.

Mots-clés : SIDA, Thaïlande, tourisme, politiques de santé publique, prostitution.

Abstract: Since the mid-80s, Thailand has had to face an explosion in the spread of VIH/AIDS which was perceived at the beginning as a “white disease”, a Western plague. Prostitutes working with foreign tourists were rapidly accused of importing and spreading the virus into the country. Tourism, once promoted as a development tool, suddenly appeared as a threat for the social body. Political and administrative authorities started to develop repressive initiatives (such as compulsory blood tests for tourists, plans for AIDS centers...), trying feverishly to contain the epidemic. The organization of the political and sanitary response appeared as a singular moment when political authorities did not know whether to adopt coercive, wait-and-see or forced liberalism policy. Studying the chronology of the government's response, this article aims to analyze how tourism actually might be a key political issue linked to mobility and to the control of borders.

Key words: AIDS, Thailand, tourism, public health policies, prostitution.

En octobre 1984, le premier cas de sida est diagnostiqué en Thaïlande chez un étudiant homosexuel qui revient des États-Unisⁱ ; il meurt le 19 novembreⁱⁱ. Les autorités sanitaires signalent les premières contaminations « locales » au printemps 1985ⁱⁱⁱ; quelques semaines plus tard, la première femme Thaïlandaise est diagnostiquée séropositive^{iv}... Le sida apparaît en Thaïlande dès le milieu des années 1980². Or, si le pays est aujourd'hui salué dans le monde entier pour l'efficacité des mesures adoptées, les premières années de la gestion nationale de l'épidémie sont incapables d'enrayer le développement du virus (Ainsworth, Beyrer et Soucat 2003). Les raisons de ce retard sont d'abord liées aux connaissances contemporaines des modes de diffusion de la maladie et du risque qu'elle fait porter aux Thaïlandais. Mais l'absence de consensus médical n'explique pas à lui seul les lenteurs politiques et la faiblesse initiale de la réponse sanitaire. Il faut un temps nécessaire à la « construction sociale » de la maladie (Jaffré et Olivier de Sardan 1999), à son émergence comme objet susceptible d'être pris en charge par des agents dédiés, à son extraction du quotidien et à sa transformation en problème par une multitude d'agents aux intérêts divers. Car le sida rappelle de manière dramatique que les enjeux des grandes contaminations ne sont pas que sanitaires; le virus pose également aux sociétés touchées des questions d'ordre politique et moral complexes dont on ne peut saisir le sens qu'au moyen d'une approche localisée du social attentive à l'histoire dans laquelle il s'inscrit (Fassin 2006 : 9-25).

En Thaïlande, à l'instar d'autres pays touchés par le virus, le sida apparaît initialement comme une maladie des « marges » – homosexuels, usagers de drogues injectables, prostituées... (Grmek 1989 : 69-87). Les premières campagnes et les premières initiatives sanitaires se concentrent d'ailleurs sur ces populations désignées comme « groupes à risques » par l'expertise épidémiologique (Fordham 2001). Mais la représentation du virus est également racialisée (Farmer 1996). En Thaïlande, le sida est assimilé à une maladie occidentale (Lyttleton 2000 : 41). Il s'agit d'une maladie « blanche », l'Occident étant accusé d'avoir « importé » l'infection dans le pays. Avec près de 2,5 millions d'arrivées annuelles au milieu des années 1980³, le tourisme international pose alors un véritable problème au pouvoir politique. Les autorités thaïlandaises sont ainsi contraintes par une situation paradoxale difficile à surmonter, l'industrie touristique apparaissant tout à la fois comme une opportunité économique et une menace sanitaire.

-
1. L'article se base sur des coupures de presse. Afin de faciliter la lecture, les références des articles cités ont été réunies en note de fin appelées par des chiffres romains.
 2. Le pays est alors gouverné par un militaire modéré, le général Prem Tinsulanonda (1980-1988). De la fin de la Seconde Guerre mondiale à la fin des années 1980, la Thaïlande est dirigée par une succession de généraux autoritaires issus le plus souvent de coups d'État militaires. Ces longues périodes dictatoriales sont entrecoupées de quelques années plus démocratiques, notamment entre 1973 et 1976. L'histoire thaïlandaise contemporaine reste ainsi marquée par la permanence d'un puissant pouvoir militaire, conservateur et anti-communiste.
 3. *Source* : TAT. Les statistiques du tourisme utilisées dans cet article proviennent toutes de la division statistique du *Tourism Authority of Thailand* (TAT), administration thaïlandaise du tourisme. Sur le TAT, cf. *infra*.

À travers une analyse des discours publicisés par les médias, l'article souhaite montrer les difficultés et les questionnements qui émergent du milieu des années 1980 au début des années 1990 lorsque la réponse politico-sanitaire à la crise du sida se met en place. Il s'agit ainsi de proposer une reconstruction historique des discours sur l'épidémie de sida pour montrer comment l'industrie touristique a pu se retrouver au cœur d'enjeux politiques particulièrement sensibles. L'analyse des liens entre migrations et sida se concentre principalement sur les migrations économiques du Sud vers le Nord (Fassin 2001). L'article propose lui de s'intéresser au contraire aux migrations du Nord vers le Sud – en l'occurrence les déplacements touristiques – pour interroger les problèmes spécifiques que le virus a pu poser au sein des pays dits « destinataires ». Les données présentées ont été recueillies lors d'une enquête menée dans le cadre d'une thèse sur la construction sociale du « tourisme sexuel ». Une analyse historique a été conduite à partir des archives du principal journal anglophone du pays, *The Bangkok Post*⁴. Avec *The Nation*, *The Bangkok Post* est l'un des deux quotidiens anglophones publiés en Thaïlande. Il est considéré comme étant un peu plus conservateur que son concurrent et attire une élite politique, administrative et économique. À l'inverse, *The Nation*, plus libéral, est davantage lu par les membres éduqués de la société civile thaïlandaise. Souhaitant dans le cadre de cet article me concentrer tant sur les discours relatifs à la gestion politique du virus qu'à l'industrie touristique, j'ai choisi de me limiter au seul *Bangkok Post*.

Priorités contradictoires

Les premières années de lutte contre le virus opposent progressivement les défenseurs de l'industrie touristique aux tenants d'une politique de protection sanitaire. Cette opposition se traduit par une lutte administrative au sommet de l'État dont il est possible de reconstituer les principaux moments.

Lorsque les premiers cas de sida sont diagnostiqués en Thaïlande l'attention médiatique se porte principalement sur les homosexuels, d'après les connaissances contemporaines des modes de propagation du virus. Les analyses se concentrent sur les principaux espaces de communication et d'interaction sexuelle entre Occidentaux et Thaïlandais : Bangkok et Pattaya. À Pattaya, des associations locales lancent une campagne de prévention dès l'automne 1985 dans les bars réservés à la prostitution masculine^{vi}. Mais cette initiative est critiquée tant par les professionnels du secteur que par les autorités sanitaires. Les professionnels du tourisme craignent la publicité autour de la maladie^{vii}, préoccupation reprise publiquement par Marut Bunnag⁵, ministre de la Santé publique de l'époque, qui prend ses distances avec des campagnes accusées de mettre à mal la réputation du pays^{viii}. L'industrie touristique est défendue par l'administration en place qui la considère comme une opportunité économique de première importance^{ix}. En 1985, le tourisme devient en effet la première source de devises étrangères du pays, devançant pour la première fois les exportations de riz (Phongpaichit et Baker 1995 : 148). Protéger le pays, c'est avant tout protéger l'économie nationale, d'autant plus que la dangerosité du virus est alors

4. Les articles sont tirés d'un corpus de 711 coupures de presse constitué entre 1980 et 2000 à l'intersection de quatre problématiques : prostitution, tourisme, sida et protection des mineurs. Dans le cadre de cet article, la période étudiée se limite du milieu des années 1980 au début des années 1990.

5. Marut Bunnag est ministre de la Santé publique de 1983 à 1986, au sein du deuxième gouvernement de Prem Tinsulanonda (1980-1988).

fortement sous-estimée par quelques études scientifiques stratégiquement mobilisées par les autorités^x. Qui plus est, le sida n'a pas encore véritablement émergé dans l'espace public : renvoyé aux homosexuels et aux « Blancs », il suscite alors un faible intérêt.

À cette époque, le gouvernement de Prem Tinsulanonda communique d'ailleurs peu sur la maladie. Mais derrière les silences officiels, quelques projets commencent à circuler au sein de l'administration sanitaire, inquiète de la peur que suscitent épidémie et contagion (Bourdelaïs 1989). Les projets initiaux s'orientent principalement contre les étrangers et des mesures coercitives sont envisagées. La menace est essentiellement perçue comme menace extérieure et les propositions gouvernementales initiales envisagent de renforcer le contrôle des migrations touristiques. Le ministère de la Santé publique (*MOPH – Ministry Of Public Health*) soumet dès 1985 un projet au ministère de l'Intérieur pour interdire l'entrée des étrangers séropositifs sur le territoire^{xi}. Le MOPH envisage également d'expulser les touristes séropositifs^{xii}. Si ces propositions n'aboutissent pas, elles témoignent tout de même de la mise en place d'une politique coercitive et répressive, d'une tentative disciplinaire face à la maladie.

Parallèlement à cette logique de contrôle, les premiers tests pour les populations dites « à risques » sont mis en places. Ils concernent initialement les prostitués masculins, même s'ils ont pour vocation à se généraliser aux « bisexuel-le-s, femmes prostituées et touristes étrangers »^{xiii}. Mises à part ces quelques initiatives, le gouvernement reste prudent et se rapproche d'une forme de « non-intervention » (Pinell 2002 : 77-89)⁶. Il est vrai qu'en 1986, le sida n'occupe encore que très rarement l'espace médiatique du Sud – contrairement aux pays occidentaux qui traversent une « phase de mobilisation » importante (Setbon 1993) – et que les cas diagnostiqués sont encore peu nombreux. Il faut également préserver l'attractivité du pays en préparation de l'année 1987, déclarée *Visit Thailand Year* pour le 60^e anniversaire du roi. L'organisme officiel de promotion du pays – le *TAT, Tourism Authority of Thailand* – lance d'ailleurs à cette occasion une vaste campagne de publicité qui permet, entre 1986 et 1988, d'augmenter de près de 50% les arrivées internationales.

Le TAT et la promotion touristique institutionnelle

En Thaïlande, les premières initiatives gouvernementales de développement rationalisé du tourisme remontent au milieu des années 1930. Un plan est proposé dès 1936 qui encourage la multiplication des infrastructures et l'augmentation des capacités hôtelières du pays. Si la proposition de la création d'une agence indépendante n'est pas retenue, le tourisme commence à préoccuper les élites administratives. La Seconde Guerre mondiale interrompt l'essor de l'industrie touristique, mais dès 1949 le *Publicity Department* demande à nouveau la création d'une agence spécialisée dans la promotion du tourisme. Les affaires touristiques quittent alors le ministère du Commerce et des Transports pour rejoindre cette nouvelle tutelle appelée *Office for the Promotion of Tourism* placée sous l'autorité

6. L'expression est empruntée à Claude Thiaudière et Patrice Pinell qui caractérisent ainsi les politiques publiques françaises entre 1982 et 1985.

du Premier ministre. Le décret royal de 1950 sur le *Publicity Department* le transforme en *Tourism Office* et entérine définitivement l'existence de l'agence. Le Maréchal Sarit Thanarat, ultraconservateur, Premier ministre dictatorial de 1959 à 1963, impulse une nouvelle dynamique. Il décide de remplacer le *Tourism Office* par une instance indépendante : le *Tourist Organization*, inauguré le 18 mars 1960. En 1963, le *Tourist Organization* devient *Tourist Organization of Thailand* ou *TOT*. Les attributions du *TOT* sont claires : il faut promouvoir un tourisme de masse en lançant des campagnes de communication susceptibles d'attirer un nombre toujours croissant de visiteurs internationaux. Le *TOT* ouvre un bureau international à New York en 1965 et son premier bureau régional à Chiang Mai trois ans plus tard. À cette mission initiale s'ajoute progressivement une exigence officielle de développement harmonieux, de gestion des ressources et de préservation du patrimoine. Le 4 mai 1979, l'année même où le tourisme apparaît pour la première fois dans le « Plan de développement national », le *TOT* est remplacé par une nouvelle agence aux compétences élargies, le *TAT* – pour *Tourism Authority of Thailand*. Mais cette structure institutionnelle se consacre principalement à des opérations de communication, sans réel plan de développement (Cazes 1983). Le pouvoir de l'institution est en réalité limité, et ce d'autant plus que le *TAT* a longtemps souffert d'un manque de légitimité par rapport aux acteurs locaux et internationaux de l'industrie touristique privée (Elliott 1983).

En janvier 1987, l'ONG *Panos*⁷ publie avec le concours de la Croix-Rouge norvégienne le premier *Panos Dossier* consacré au sida dans les pays du Sud^{xiv}; l'ampleur potentielle de l'épidémie renforce les inquiétudes sanitaires même si le rapport suscite un faible intérêt populaire. Pour la population thaïlandaise le virus reste loin. Et si les appels et les avertissements des administrations sanitaires internationales se multiplient^{xv}, les pratiques et les représentations évoluent peu. Les autorités gouvernementales tentent toutefois d'accentuer leur politique coercitive à l'encontre des étrangers, perçus comme les « importateurs du virus »; elles sont, une fois encore, contrecarrées par les institutions en charge de la promotion touristique. En août 1987 par exemple, la Commission en charge de la Santé Publique de la chambre basse du Parlement propose d'imposer un test systématique à tout demandeur de visa touristique. Cette proposition surprend : elle est formulée quelques jours à peine après la tenue d'une réunion réunissant 27 pays asiatiques – dont la Chine, le Japon et la Corée du Sud – qui se sont accordés pour refuser l'imposition de tests sanguins aux touristes^{xvi}. Au Parlement, le projet est immédiatement rejeté par la Commission en charge de la Culture et du Tourisme^{xvii}. Malgré ce refus, les autorités sanitaires thaïlandaises continuent d'envisager le contrôle des flux touristiques et le recours systématique aux tests sanguins. Cette politique est confortée par la réévaluation de l'épidémie. Certaines prévisions scientifiques annoncent des projections particulièrement alarmistes : pour la première fois des experts craignent publiquement que le nombre de victimes thaïlandaises du virus ne « dépasse le million ».

7. *Panos* est une ONG créée en 1986 à l'initiative d'un journaliste britannique qui tente, au moyen d'un réseau d'instituts indépendants, de renforcer l'attention médiatique sur les questions développementales (environnement, santé, etc.).

Le Dr Theppanom Muangmaen, par exemple, doyen de la faculté de Santé Publique de l'Université Mahidol – l'une des plus prestigieuses universités du pays – annonce que le nombre de victimes pourraient s'avérer dramatique avec, selon lui « 200 000 homosexuels, 500 à 600 000 prostitué-e-s, 500 000 usagers de drogue et 100 000 prisonniers (usagers de drogues et homosexuels) » directement concernés^{xviii}. Si ces déclarations participent à la restriction du risque infectieux aux seuls groupes à risques, elles commencent toutefois à accréditer l'idée d'un risque massif pour la population thaïlandaise.

Mais plus que la publication de ces estimations, c'est un fait-divers datant de 1987 qui marque l'opinion publique et ancre le sida parmi les préoccupations du moment (Cohen 1988 : 471). Selon une rumeur née au début du mois d'octobre 1987, Spun Selakhun, un célèbre mannequin thaïlandais de dix-neuf ans, serait porteuse du virus HIV. La jeune femme est accusée de l'avoir contracté comme call-girl de luxe. La nouvelle fait sensation et tient la presse en haleine pendant près d'une semaine, avant que la jeune femme ne paraisse en compagnie d'un directeur d'hôpital pour annoncer officiellement sa séronégativité et mettre à mal les accusations portées contre elle^{xix}. « L'affaire Spun Selakhun » bouscule la croyance populaire quant à une résistance innée des Asiatiques au virus. La maladie devient plus proche et le risque vital qu'elle fait peser sur les Thaïlandais plus concret. Les victimes ne sont plus les seuls Occidentaux ou les prostitués homosexuels dont on a récemment découvert le mode de vie à travers quelques reportages médiatiques^{xx}. Le cas Selakhun montre au contraire que le VIH peut toucher une Thaïlandaise jeune, belle, célèbre et hétérosexuelle. Le regard sur le virus se transforme... Mais la proximité nouvelle du VIH attise les peurs. Les premières mesures discriminatoires à l'encontre des étrangers sont ainsi adoptées parallèlement à l'affaire Selakhun : un célèbre bordel de Bangkok décide d'interdire son entrée à tout client occidental, le manager ayant déclaré : « des preuves accablantes montrent que les Occidentaux sont plus souvent infectés que les Asiatiques »^{xxi}.

La généralisation des tests se traduit par une augmentation des cas diagnostiqués. Ainsi en janvier 1988, 161 personnes sont, depuis le début de l'épidémie, dépistées séropositives en Thaïlande; elles sont officiellement 637 au 1^{er} mai d'après le Département des Maladies Transmissibles du ministère de la Santé publique^{xxii}. Le gouvernement est désormais mis en cause pour sa gestion sanitaire : des intellectuels thaïlandais, des responsables médicaux et des journalistes internationaux prennent position pour critiquer l'attentisme des pouvoirs publics. En août 1988 Chatichai Choonhavan devient Premier ministre (1988-1991) et nomme Chuan Leekpai à la tête du MOPH⁸. Ce dernier reconnaît quelques mois après sa nomination que l'administration sanitaire avait jusqu'alors minimisé l'ampleur de l'épidémie afin « d'éviter tout mouvement de panique »^{xxiii}. Or, cette médiatisation croissante de l'épidémie s'accompagne d'un ressentiment de plus en plus marqué envers les Occidentaux. Des mobilisations populaires s'organisent. En 1989, des Thaïlandais manifestent ainsi à Pattaya contre le débarquement de 9 000 marins américains, avec des pancartes sur lesquelles sont inscrits en anglais : « *AIDS carrier go home* » ou encore « *USAids* »^{xxiv}. En mai 1989, le MOPH demande une nouvelle

8. Chuan Leekpai n'est ministre de la Santé publique du gouvernement de Chatichai que du 9 août 1988 au 29 décembre 1989 avant de laisser sa place à Marut Bunnag qui reprend le portefeuille qu'il occupait auparavant. Chuan est un personnage important de la vie publique thaïlandaise. Il devient Premier ministre de septembre 1992 à juillet 1995 puis de novembre 1997 à février 2001.

fois au ministère de l'Intérieur de modifier la loi sur l'immigration (*Immigration Act*) pour imposer des tests sanguins aux touristes demandant des renouvellements de visa; la mesure est présentée comme un prolongement des campagnes de « prévention »^{xxv}. À la fin de la même année, une commission dirigée par Tanin Kraivixien – un ancien Premier ministre ultraconservateur⁹ – propose un projet de « loi anti-sida ». Les mesures surprennent par leur radicalité. La commission dirigée par Tanin Kraivixien reprend certaines des propositions qui circulaient au MOPH depuis le début de l'épidémie. Il les systématisa et tenta de marquer un tournant répressif dans la gestion politique du VIH. Le comité demande à nouveau d'interdire l'entrée sur le territoire à tout étranger séropositif, veut imposer des tests sanguins aux résidents étrangers et souhaite expulser les malades. Des sanctions sont même envisagées en cas de refus d'obtempérer, allant jusqu'à des peines de six mois d'emprisonnement. Certes, les mesures proposées ne se limitent pas aux seuls étrangers; il est prévu de créer des « centres thérapeutiques » regroupant les malades, d'obliger chaque foyer à signaler toute personne contaminée aux autorités ou encore d'interdire le mariage aux séropositifs^{xxvi}. Mais ces derniers cristallisent tout de même les peurs et incarnent une menace « extérieure » dont il convient de se protéger. La loi anti-sida n'a toutefois pas été validée, les protestations de la société thaïlandaise et des organisations internationales en ayant empêché l'adoption définitive.

Un autre épisode est révélateur des tensions qui émergent entre des administrations aux objectifs contradictoires. Tanin Kraivixien s'est vu confier la présidence de cette commission en tant que représentant de la *Fondation Chulabhorn*. La fondation porte le nom de la princesse Chulabhorn, fille cadette du roi Bhumibol (Rama IX) et de la reine Sirikit. La famille royale se partage les différentes activités protocolaires et Chulabhorn est plus particulièrement en charge des activités scientifiques et techniques. À travers sa fondation, la princesse exprime ses préoccupations face au développement de l'épidémie dès la fin des années 1980. L'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) la nomme ambassadrice de Bonne Volonté le 1^{er} décembre 1989^{xxvii} et son institut de recherche est désigné pour accueillir un congrès scientifique international sur le sida en décembre 1990 (Handley 2006 : 333). Or, à l'automne 1990, la loi sur l'immigration est finalement modifiée et interdit pour un temps les visas aux étrangers contaminés. Afin d'organiser la conférence, le MOPH demande au ministère de l'Intérieur une exception afin d'accueillir certains délégués de l'OMS séropositifs. Au nom d'un problème de « sécurité nationale », la demande est refusée^{xxviii}; l'OMS boycotte alors la conférence et Chulabhorn doit démissionner de son éphémère poste d'ambassadrice.

Contrôle intérieur

Parallèlement à ces mesures restrictives visant à limiter l'entrée sur le territoire national de touristes séropositifs, les autorités thaïlandaises tentent d'enrayer l'épidémie qui se développe. Comment lutter contre la propagation interne du VIH ? Là encore, la solution initialement envisagée est une solution coercitive et disciplinaire. Les

9. Tanin Kraivixien fut Premier ministre de 1976 à 1977, nommé au lendemain de la répression sanglante des manifestations étudiantes et du coup d'État du 6 octobre 1976. Le gouvernement Tanin, s'il fut bref, reste dans les mémoires comme un gouvernement répressif, ultra-autoritaire, anti-communiste et profondément impopulaire. Tanin fait partie du premier cercle royal.

prostituées sont rapidement désignées comme le principal « groupe à risque » par les autorités sanitaires, mais les raisons de cette focalisation sur les prostituées sont bien davantage sociales, raciales et morales que purement médicales (Fordham 2005). Outre la permanence d'un « stigmate de putain » (Pheterson 1996 : 95-129) qui entoure des activités jugées moralement condamnables, l'ambivalence des prostituées – entre Thaïlandais et Occidentaux – est suspecte. Selon un schéma largement répandu parmi les autorités sanitaires, ces femmes prostituées – bien davantage que leurs homologues masculins rapidement délaissés par les politiques publiques – sont accusées de réinfecter leurs clients Thaïlandais hétérosexuels qui, à leur tour, contaminent leur famille (voir par exemple Weniger *et al.* 1991). De victime, la prostituée devient coupable. Le contrôle des frontières et des migrations résiste au gouvernement thaïlandais qui, dépendant des revenus touristiques et contraints par les règlements internationaux, peut difficilement agir dans ce domaine. À l'inverse, il adopte toute une série de mesures disciplinaires à l'encontre des prostituées qui deviennent un nouvel objet des politiques nationales de contrôle du virus. Des campagnes massives de détection ciblée sont mises en place dès 1987^{xxix}. Dépistées séropositives, les femmes sont envoyées dans des centres du Département des Affaires Sociales¹⁰ où elles doivent apprendre les moyens de ne « pas diffuser le virus ». En cas de refus ou de résistance, elles risquent la prison avec des peines pouvant aller jusqu'à un an d'enfermement. Mais comme l'explique le Dr Thira Ramasut, Directeur en 1989 du Département des Maladies Transmissibles au MOPH : « Celles [les prostituées] qui acceptent de coopérer en se testant et en prenant leur traitement de manière régulière, ou qui aident à développer l'usage du préservatif, ne seront pas emprisonnées »^{xxx}.

Agir sur le groupe des prostituées permet également au gouvernement de communiquer sur sa volonté d'endiguer la propagation de l'épidémie car la question de la prostitution devient un enjeu particulièrement sensible. La prise en charge de la prostitution ne date pas de la fin des années 1980 en Thaïlande et les débats sur le commerce du sexe sont bien antérieurs à la propagation du virus du sida (Roux 2007). Mais le VIH impose une nouvelle visibilité à la prostitution (qu'il s'agisse de la prostitution dans le tourisme ou de la prostitution nationale) l'associant étroitement à la construction de l'épidémie. Un épisode célèbre de la fin des années 1980 apparaît à ce titre particulièrement révélateur des tensions qui opposent mesures prophylactiques et protection de l'industrie touristique. En septembre 1989, le ministre de la Santé Chuan Leekpai déclare que le sud du pays a un « sérieux problème » avec l'épidémie. L'information traverse les frontières : elle est reprise et relayée par les médias malais qui décrivent la région comme « infestée par le virus ». L'émotion est forte en Thaïlande car les Malais représentent en 1989 un poids économique considérable (16% des arrivées de touristes internationaux) et l'attractivité des établissements de prostitution n'est pas étrangère au succès du royaume. Des troubles éclatent dans le sud du pays où le portrait de Chuan est brûlé par des manifestants qui s'indignent « qu'une personne qui détruit l'économie puisse être ministre »^{xxxi}. L'affaire prend une ampleur d'autant plus importante que les propos de Chuan sont diffusés quelques semaines seulement après la proposition d'un responsable local du tourisme

10. Il s'agit plus précisément des *Women's Home* géré par le *Department of Public Welfare*. Ces centres ne sont pas spécifiquement destinés aux femmes séropositives, mais les accueillent pour l'enseignement contraint des méthodes de prévention.

(le directeur de la *Songkhla Tourism Association*) qui souhaitait garantir aux visiteurs malais des zones de bordels « propres », sans HIV, en distribuant des certificats de séronégativité aux jeunes femmes acceptant de se soumettre à des tests hebdomadaires^{xxxii}. Face à l'émotion populaire provoquée par les propos de Chuan, les pouvoirs politiques et économiques réagissent rapidement pour tenter de minimiser l'affaire. Les tenanciers de bars, les responsables locaux du tourisme et la TAT décident notamment de lancer une vaste campagne pour restaurer « la vérité sur le sida » et tenter de rassurer les visiteurs potentiels^{xxxiii}.

L'épisode rappelle cependant que les hésitations des premières années de lutte contre le sida ne se limitent pas à des tensions intra-gouvernementales qui opposeraient des administrations concurrentes : il s'agit plutôt de la lutte entre deux principes un temps perçus comme antagoniques. Au développement économique on oppose la protection sanitaire, et la gestion locale de l'épidémie de sida ne parvient pas à s'extraire de cette opposition aporétique. Le gouvernement est en réalité démuni face à la nouveauté de la maladie. Le mode coercitif semble inadapté pour gérer la crise sanitaire. Et les généraux au pouvoir, produits de plusieurs décennies dictatoriales, semblent incapables d'apporter une solution crédible à la situation.

Le tournant libéral

En 1991, un coup d'État militaire mené par les généraux Sunthorn Kongsompong et Suchinda Kaprayoon installe Anand Panyarachun au poste de Premier ministre¹¹. Ce modéré crée dans son gouvernement un nouveau portefeuille au titre révélateur : « Ministre auprès du Bureau du Premier ministre, en charge du Tourisme, de l'Information, des Sports, de la Coopération Economique, des Jardins Zoologiques et de la Coordination pour la prévention du sida ». Pour la première fois, la lutte contre l'expansion du virus échappe en partie au puissant MOPH et se voit associer à l'administration en charge de la promotion touristique. Anand Panyarachun confie cette tâche difficile à l'une des principales figures thaïlandaises de la lutte contre le virus : Mechai Viravaidya¹².

Mechai Viravaidya

De père thaïlandais et de mère écossaise, Mechai Viravaidya naît à Bangkok le 17 janvier 1941. Ses deux parents sont médecins et Mechai grandit dans un milieu aisé. Il quitte la Thaïlande à 13 ans pour Melbourne où il est scolarisé à la prestigieuse *Geelong Grammar School*. Il poursuit ensuite ses études en Australie, où il obtient en 1964 un diplôme en commerce (*Bachelor*). À son retour, il intègre comme économiste le *National Economic Development Board* (NEDB) et se marie à une aristocrate thaïlandaise. Il s'engage dans la vie politique au début des années 1970 et se présente à Bangkok comme candidat indépendant, sans succès. Il se réinvestit alors au sein de la société civile et intègre le *Planning Familial* (*Planned Parenthood Association of Thailand – PPAT*) où il est en charge de l'information, l'éducation et la communication. Il promeut un usage renforcé

11. Poste qu'il occupe du 2 mars 1991 au 23 septembre 1992.

12. Une biographie autorisée de Mechai Viravaidya a été publiée en 2001 dont certaines des informations présentées ici sont issues (D'Agnes 2001).

de la contraception – notamment du préservatif – pour favoriser le contrôle des naissances. En 1976 il crée le *Population and Community Development Association (PDA)*. Le PDA se développe pour accueillir les réfugiés cambodgiens qui arrivent en masse dès 1979. L'afflux des réfugiés donne à l'organisation une ampleur sans précédent et le PDA devient la première ONG thaïlandaise. Son action auprès des réfugiés est saluée, et Mechai gagne très rapidement une réputation grandissante de gestionnaire capable et de communicant hors pair. Les autorités thaïlandaises lui proposent ensuite de diriger le *Provincial Water Works Authority*, une entreprise d'État en charge de l'approvisionnement en eau des villes de provinces. Mechai occupe le poste de 1982 à 1985 avant d'être nommé ministre-adjoint de l'Industrie du gouvernement de Prem Tinsulanonda (également en charge du Tourisme). Il devient le porte-parole du gouvernement de 1987 à 1988. La situation de Mechai est alors ambivalente : comme porte-parole, il minimise l'importance du sida pour préserver l'attractivité de la Thaïlande tout en promouvant, à travers le PDA qu'il continue de diriger, un recours massif aux préservatifs. En 1988, Mechai quitte la Thaïlande pour rejoindre l'*Harvard Institute for International Development (HIID)* où il acquiert une expertise sur le virus et multiplie les contacts avec les principaux bailleurs de fonds. De retour à Bangkok, il obtient la permission de diffuser des campagnes de prévention à travers les canaux médiatiques détenus par l'armée^{xxxiv}. Mechai devient alors l'emblème de la lutte anti-sida et adopte une attitude de plus en plus critique par rapport au gouvernement Chatichai qui lui confie pourtant la tête du *National AIDS Advisory Committee*. Il s'oppose alors au projet d'enfermement des personnes contaminées et attaque directement l'industrie du sexe dont il entend montrer la responsabilité dans la propagation de l'épidémie. En 1991, Mechai est nommé au gouvernement Anand où il cumule des responsabilités officielles dans le domaine du tourisme et de la lutte contre le sida. À la suite du remplacement du gouvernement Anand par le gouvernement Chuan, Mechai se réoriente davantage vers le secteur industriel et participe au développement de plusieurs compagnies d'État (notamment TOT, PTT, Krung Thai Bank ...). Docteur *Honoris Causa* de plusieurs universités, il obtient en 1994 le prix *Ramon Magsaysay* et une récompense des Nations Unies en 1997. En 2000, il est élu sénateur indépendant à Bangkok¹³.

Le – court – passage de Mechai au gouvernement Anand marque une évolution fondamentale dans la gestion thaïlandaise du sida. Il met tout d'abord en place une politique massive de prévention en promouvant un usage systématique du préservatif. Il tente également de lutter contre les discriminations qui s'exercent envers les malades, coopère directement avec les ONG engagées dans la lutte contre le virus et se démarque nettement de la politique de ses prédécesseurs^{xxxv}. Mechai défend en réalité un mode de gestion alternatif de la crise, proche de ce que Michael Pollak appelle « une stratégie (...) de changements librement consentis dans les mœurs ». M. Pollak explique ainsi :

13. Il occupait déjà un poste de sénateur – depuis 1995 – mais il est pour la première fois élu, suite à une modification des institutions thaïlandaises et à l'adoption en 1997 d'une nouvelle constitution.

« [Cette stratégie], jouant sur l'information et la responsabilisation individuelle, renvoie la gestion (sexuelle) du risque à la sphère privée (...). Un tel appel à la responsabilité individuelle présuppose la conviction que l'individu est capable de s'y adapter. La philosophie sous-tendant cette position est un individualisme fondé sur la rationalité et la responsabilité de l'homme moderne ayant assimilé une approche hygiénique de la vie et ayant un souci de soi l'empêchant de jouer avec sa santé ou, plus exactement, avec sa vie et sa mort » (Pollak 1988 : 167-168).

Ce revirement libéral défendu par Mechai s'explique par la trajectoire de son promoteur et sa proximité objective avec les milieux internationaux qui s'inquiètent de plus en plus de l'inaction du gouvernement thaïlandais face à l'ampleur de la crise. Cette évolution permet également au ministre de réhabiliter l'industrie touristique. Il reconnaît d'abord l'existence de liens entre tourisme et industrie du sexe en Thaïlande, mettant fin à la discrétion traditionnelle et à la gêne de ses prédécesseur^{xxxvi}. Cette stratégie lui permet de multiplier les interventions pour séparer le « bon » et le « mauvais » tourisme. Mechai concentre ensuite ses attaques sur les pratiques les plus visibles de la prostitution et condamne avec virulence les « *sex tours* » qu'il qualifie « d'insulte aux femmes et au pays »^{xxxvii}. Il met ainsi en cause une forme très marginale de tourisme : les circuits organisés autour de la consommation prostitutionnelle. Il s'agit pourtant de pratiques extrêmement minoritaires qui ne correspondent pas à l'écrasante majorité des échanges sexuels commerciaux entre prostituées et touristes étrangers, plus euphémisés et diffus (Cohen 2001; Bishop et Robinson 1998; Formoso 2001). La détermination de Mechai marque pourtant les esprits, et ce d'autant plus que le ministre – également à la tête du TAT – va jusqu'à comparer à la télévision les *sex-tours* à des « *sperm-tours* » et déclare brutalement : « *Je propose qu'ils [les 'touristes sexuels'] n'achètent pas de billets pour la Thaïlande. Ils devraient plutôt acheter de la mort aux rats, rester à la maison et l'avaler* » (D'Agnes 2001 : 345). Si ces propos ont été condamnés pour leur virulence, ils n'en restent pas moins efficaces. Les attaques portées sur les *sex-tours* permettent de départiculariser les Occidentaux : ce ne sont plus les Blancs qui sont désignés comme responsables de la contamination, mais tous ceux dont on juge les pratiques sexuelles déviantes indépendamment de leur nationalité. Ce n'est plus le touriste qui est désigné importateur de la maladie, mais le « touriste sexuel ». Le sida n'apparaît plus comme une « maladie régnante », une maladie « *qui (...) fait corps avec un pays, avec une ville, avec un climat, avec un groupe de gens, avec une région, avec une manière de vivre* » (Foucault 2004 : 62). Au contraire, le virus est spécifié et le risque défini.

À l'opposé de ces pratiques jugées condamnables, la TAT souhaite encourager la venue des « touristes normaux », ne mettant en danger ni le visiteur ni la population hôte. Mechai explique ainsi en 1992 que « ... *ceux qui souhaitent venir en Thaïlande comme des touristes normaux* [« regular tourists »] *ne doivent pas s'inquiéter à moins qu'ils ne recherchent des expériences sexuelles* »^{xxxviii}. Parallèlement à ce revirement officiel, les signes se multiplient pour reconquérir la confiance des visiteurs internationaux et les initiatives se succèdent. Il faut agir vite car pour la première fois depuis 1984 la Thaïlande a accueilli en 1991 moins de touristes qu'en 1990 (5,13 contre 5,29 millions)^{xxxix}. La première « loi tourisme », adoptée en janvier 1992, garantit une meilleure « protection des touristes » en encadrant davantage les tours-opérateurs et des professionnels locaux^{xl}. À la tête de la TAT, Mechai promeut le slogan : « *Tourism with Dignity* ». Il initie des campagnes ciblées pour favoriser une transformation de la sociologie des visiteurs; 1992 est ainsi déclarée *Women's Visit Thailand Year*. Le futur de l'industrie touristique est très

régulièrement débattu et l'on voit se dessiner les prémices d'une rhétorique locale de la « qualité » (opposée à la « quantité »)^{xli}. Certes, les statistiques touristiques rappellent que l'augmentation des visiteurs reste un objectif recherché : en 2000, la Thaïlande a accueilli près de 80% de visiteurs de plus qu'en 1990 (9,5 contre 5,3 millions environ). Pour autant le rythme de progression ralentit et le taux de croissance annuel apparaît au début des années 1990 plus faible que lors de la décennie précédente (figure 1).

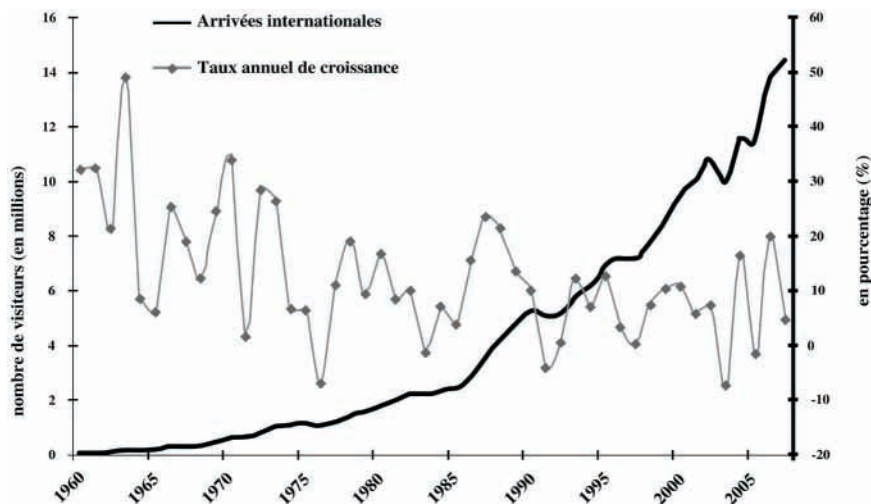


Figure 1 : Nombre et taux de croissance annuel des visiteurs internationaux en Thaïlande entre 1960 et 2007.

Le tournant libéral du début des années 1990 se traduit également au niveau local par la mise en place des premières campagnes en faveur d'une « révolution sexuelle »^{xlii} : encouragement à la fidélité conjugale, engagement public des hommes thaïlandais (notamment au Nord, l'une des régions les plus touchées par le virus) à refuser les prostituées, prises de positions médiatiques contre la licence sexuelle supposée de la jeunesse, etc. Lutter contre le sida implique dorénavant une transformation des pratiques, notamment masculines. Cette dynamique est renforcée par la nomination de Chuan Leekpai au poste de Premier ministre en 1992, en remplacement d'Anand. Chuan accentue la diffusion de ces nouvelles valeurs bourgeoises, libérales, proches des standards occidentaux de bonne gouvernance. Le gouvernement défend une morale du corps en rupture avec les pratiques traditionnelles locales. Il faut un « homme nouveau », un Thaïlandais moderne pour défendre les nouvelles valeurs. Comme l'écrit Leslie Ann Jeffrey :

« A 'new man' was needed to address Thailand's problems. This new man was considered to be a thoroughly modern Thai, dressed in a business suit rather than the chut kharachakan, or uniform of the military-bureaucracy. The new man was faithful to his wife and cared for his children. He applied rational, technocratic reason to governance rather than seeking self-enrichment or self-aggrandizement » (Jeffrey 2002 : 97).

Désormais, la fréquentation des prostituées doit être combattue et les campagnes de prévention se recentrent sur les hommes des milieux ruraux en propageant une morale familiale hostile à la sexualité commerciale^{xliii}. Le regard porté sur l'Occident évolue aussi au sein de la classe dirigeante : il n'incarne plus le monde dissolu duquel il convient de se protéger mais plutôt un standard de « bonne gouvernance » universalisée. Les raisons de la propagation du virus deviennent culturelles et les autorités appellent à une évolution des comportements. Le regard sur le tourisme se transforme à nouveau ; il n'est plus perçu comme un facteur exogène de déstabilisation sociale, morale et de mise en péril sanitaire. De « menace », il redevient « opportunité » et n'est plus opposé à la sécurité sanitaire.

Conclusion

L'une des rares études sur l'incidence du sida dans la fréquentation touristique a montré, à partir du cas dominicain, que le virus influe peu dans le choix des destinations (Forsythe, Hasbun et Butler de Lister 1998). En Thaïlande, si l'on observe l'évolution statistique sur une longue période (Figure 1), on s'aperçoit effectivement que le nombre annuel de visiteur est en augmentation quasi constante depuis près de 50 ans, avec un taux de croissance irrégulier. Et la faible diminution de l'année 1992 doit davantage être contextualisée qu'imputée trop rapidement au VIH. Dans un environnement international difficile (guerre du Golfe, récession américaine, ralentissement du tourisme mondial, etc.) et suite à la forte progression des années passées, la diminution des arrivées en Thaïlande s'apparente bien davantage à une faible correction qu'à la traduction d'une peur internationale face au développement du sida en Asie du sud-est. Mais si le VIH n'a pas eu de conséquences directes sur la fréquentation touristique du pays, la gestion locale de la crise rappelle, de manière particulièrement visible, la dimension politique de l'industrie touristique.

Aujourd'hui le contrôle du sida reste un enjeu sanitaire. D'après l'EATG (*European AIDS Treatment Group*), 67 États continuent de contrôler l'immigration des personnes séropositives et neuf interdisent l'entrée de tout séropositif quelle que soient la raison et la durée de son voyage¹⁴. La Thaïlande, destination touristique majeure en Asie du sud-est, n'a pas maintenu de dispositions répressives. Alors même que la pandémie l'a violemment touché, le pays défend depuis plus d'une quinzaine d'années une politique migratoire relativement libérale¹⁵. L'industrie touristique a joué un rôle déterminant dans cette évolution. L'influence économique du tourisme dans la région et son importance dans les projets nationaux de développement a empêché toute décision trop coercitive. Lors de la mise en place de la réponse gouvernementale à la crise politico-sanitaire du sida, le tourisme a révélé son influence contraignante. En imposant le maintien d'une circulation aisée des personnes, il a favorisé l'adoption d'une gestion libérale des populations. Plus qu'une domination du Nord vers le Sud qui imposerait son mode de gouvernance, la réponse thaïlandaise à la crise témoigne d'une violence plus douce, d'une adhésion à un modèle de gouvernement jugé « moderne » donc implicitement libéral, renvoyant la protection du territoire et des populations à l'éducation et à la responsabilisation des comportements individuels.

14. L'*European AIDS Treatment Group* (EATG) recense les différentes politiques migratoires. Une base de données a été mise en ligne : <http://www.hivtravel.org>. D'après l'EATG, ces neuf pays sont Brunéi, la Chine, la Corée du Sud, les Emirats Arabes Unis, les États-Unis, Oman, le Qatar, le Soudan et le Yémen.

15. Cette libéralité ne concerne toutefois que les migrations Nord/Sud.

Références citées

- AINSWORTH, Maria, Chris BEYRER et Agnes SOUCAT, 2003. "AIDS and public policy: the lessons and challenges of 'success' in Thailand", *Health Policy*, 64, pp. 13-37.
- BISHOP, Ryan et Lillian ROBINSON, 1998. *Night Market: Sexual Cultures and the Thai Economic Miracle*. New York: Routledge.
- BOURDELAIS, Patrice, 1989. « Contagions d'hier et d'aujourd'hui », *Sciences Sociales et Santé*, 7 (1), pp. 7-20.
- CAZES, Georges, 1983. *Le tourisme international en Thaïlande et en Tunisie : les impacts et les risques d'un développement mal maîtrisé*. Reims : Travaux de l'Institut de géographie de Reims.
- COHEN, Erik,
1988. "Tourism and Aids in Thailand", *Annals of Tourism Research*, 15, pp. 467-486.
2001 (2^e éd.). *Thai Tourism. Hill Tribes, Islands and Open-ended Prostitution*. Bangkok: White Lotus.
- D'AGNES, Thomas, 2001. *From Condoms to Cabbages: An Authorized Biography of Mechai Viravaidya*. Bangkok: Post Books.
- ELLIOTT, James, 1983. "Politics, Power, and Tourism in Thailand", *Annals of Tourism Research*, 10, pp. 377-393.
- FARMER, Paul, 1996. *Sida en Haïti. La victime accusée*. Paris : Karthala.
- FASSIN, Didier,
2001. « L'altérité de l'épidémie. Les politiques du sida à l'épreuve de l'immigration », *Revue Européenne des Migrations Internationales*, 17 (2), pp. 139-151.
2006. *Quand les corps se souviennent : Expériences et politiques du sida en Afrique du Sud*. Paris : La Découverte.
- FORDHAM, Graham,
2001. "Moral Panic and the Construction of National Order. HIV/AIDS Risk Groups and Moral Boundaries in the Creation of Modern Thailand", *Critique of Anthropology*, 21 (3), pp. 211-270.
2005. *A New Look at Thai Aids: Perspectives from the Margin*. New York and Oxford: Berghahn Books.
- FORMOSO, Bernard, 2001. « Corps étrangers. Tourisme et prostitution en Thaïlande », *Anthropologie et Sociétés*, 25 (2), pp. 55-70.
- FORSYTHE, Steven, Julia HASBUN et Martha BUTLER de LISTER, 1998. "Protecting paradise: Tourism and AIDS in the Dominican Republic", *Health Policy and Planning*, 13 (3), pp. 277-286.
- FOUCAULT, Michel, 2004. *Sécurité, Territoire, Population. Cours au Collège de France (1977-1978)*. Paris : Seuil/Gallimard.
- GRMEK, Mirko, 2005 [1989]. *Histoire du sida : début et origine d'une pandémie actuelle*. Paris : Payot.
- HANDLEY, Paul, 2006. *The King Never Smiles. A Biography of Thailand's Bhumidol Adulyadej*. New Haven: Yale University Press.
- JAFFRÉ, Yannick et Jean-Pierre OLIVIER DE SARDAN (éds), 1999. *La construction sociale des maladies : les entités nosologiques populaires en Afrique de l'Ouest*. Paris : PUF.
- JEFFREY, Leslie Ann, 2002. *Sex and Borders. Gender, National Identity, and Prostitution Policy in Thailand*. Chiang Mai: Silkworm Books.
- LYTTLETON, Chris, 2000. *Endangered Relations: Negotiating Sex and AIDS in Thailand*. Bangkok: White Lotus.
- PHETERSON, Gail, 2001 [1996]. *Le prisme de la prostitution*. Paris : L'Harmattan.

- PHONGPAICHT, Pasuk et Chris BAKER, 1995. *Thailand: Economy and Politics*. Kuala Lumpur: Oxford University Press.
- PINELL, Patrice (éd.), 2002. *Une épidémie politique. La lutte contre le sida en France (1981-1996)*. Paris : PUF.
- POLLAK, Michael, 1988. *Les homosexuels et le sida*. Paris : Métailié.
- ROUX, Sébastien, 2007. « Importer pour exister. Empower et le ‘travail sexuel’ en Thaïlande », *Lien Social et Politiques*, 58, pp. 145-154.
- SETBON, Michel, 1993. *Pouvoirs contre le sida. De la transfusion sanguine au dépistage : décisions et pratiques en France, Grande-Bretagne et Suède*. Paris : Seuil.
- WEINIGER, Bruce, Limpakarnjanarat KHANCHIT, Ungchusak KUMNUAN, *et al.*, 1991. “The epidemiology of HIV infection and AIDS in Thailand”, *AIDS*, 5 (Suppl. 2), pp. 71-85.

Références des coupures de presse

- i “First local AIDS case confirmed”, 5 octobre 1984.
- ii “AIDS victim dies”, 5 décembre 1984.
- iii “Locally-contracted AIDS victims found”, 28 mars 1985.
- iv “AIDS claims first female victim”, 13 mai 1985.
- v “Asia worries about ‘import’ of AIDS”, 19 octobre 1985.
- vi “AIDS campaign in Pattaya bars”, 4 septembre 1985.
- vii “AIDS campaign draws criticism”, 8 septembre 1985.
- viii “Marut : AIDS blitz could harm nation”, 9 septembre 1985.
- ix “Tourism must be made leading money-spinner”, 25 avril 1985.
- x “AIDS not a big threat here”, 10 décembre 1985.
- xi “AIDS cases to be denied entry to Thailand?”, 26 septembre 1985.
- xii “AIDS victims may be barred”, 23 octobre 1985.
- xiii “AIDS tests carried out at Patpong gay bars », 5 octobre 1985.
- xiv “The killer that won’t go away”, 25 janvier 1987.
- xv “WHO voices concern on AIDS in Thailand”, 11 septembre 1987.
- xvi “Asian-Pacific nations won’t require AIDS testing of tourists”, 29 juillet 1987.
- xvii “Panel against AIDS tests for tourists”, 9 août 1987.
- xviii “Million Thais risk becoming AIDS victims”, 18 juillet 1987.
- xix “Spun free of AIDS stigma”, 15 octobre 1987.
- xx “Way of life or way of death : the gay predicament”, 27 octobre 1985.
- xxi “Massage parlour slaps ban on Westerners”, 11 octobre 1987.
- xxii “AIDS out of control in Thailand, says expert”, 21 mai 1993.
- xxiii “Chuan: Secrecy on AIDS to end”, 25 octobre 1988.
- xxiv “Embassy protest against AIDS”, 24 janvier 1989.
- xxv “Long-stay tourists may need AIDS certificates”, 16 mai 1989.
- xxvi “Thongbai lashes out at proposed AIDS law”, 8 septembre 1989.

- xxvii “Princess Chulabhorn appointed as WHO envoy”, 20 septembre 1989.
- xxviii “Govt refuses to lift visa ban on AIDS sufferers”, 16 décembre 1990.
- xxix “Hospital set to test 30 000 prostitutes”, 24 juillet 1987.
- xxx “Prostitutes with AIDS to face legal action”, 6 août 1989.
- xxxi “Chuan in AIDS controversy”, 25 septembre 1989.
- xxxii “AIDS test urged for call girls”, 9 août 1989.
- xxxiii “TAT launches AIDS truth blitz abroad”, 2 octobre 1989.
- xxxiv “Army set to launch blitz against AIDS”, 2 septembre 1989.
- xxxv “A plan for all-out war against AIDS”, 23 novembre 1991.
- xxxvi “Mechai appeals for help to end ‘sex tourism’”, 8 octobre 1991.
- xxxvii “‘Land of Smiles’ now frowns on sex tours”, 17 janvier 1992.
- xxxviii “Cabinet to discuss ways of strengthening tourism”, 20 février 1992.
- xxxix “Image worry grows amid tourism dip”, 17 février 1992.
- xl “Tourism Bill is passed; signals start of new era”, 15 février 1992.
- xli “Focus is in quality rather than quantity”, 22 janvier 1993.
- xlii “AIDS campaigners clamour for ‘sexual revolution’ in Thailand”, 6 décembre 1991.
- xliii “AIDS expert warns Thai men to change habit”, 10 février 1993; “Men to become focus of AIDS campaign”, 10 juillet 1993; “Families targeted in anti-AIDS campaign”, 21 novembre 1994.

1. Qui est touriste ?

From ethnographers to tourists and back again On positioning issues in the anthropology of tourism

Valerio SIMONI and Scott McCABE

Résumé : Dans cet article, nous discutons de la question du positionnement des ethnographes dans la recherche anthropologique sur le tourisme, et des implications plus larges de celui-ci sur la collecte et l'interprétation des données de terrain. Nos réflexions proviennent de recherches menées dans deux contextes touristiques différents, à savoir à la fois d'une observation participante détaillée des rencontres informelles entre locaux et touristes à Cuba, et d'une recherche plus ponctuelle et intermittente portant sur un tournoi de football populaire qui se déroule sur deux jours chaque année au Royaume-Uni. Notre discussion porte d'abord sur la façon dont chacun de nous a d'abord été catégorisé par les personnes sur lesquelles portait notre recherche, et ensuite sur les dynamiques et les tensions qui ont émergé de nos tentatives pour négocier ces positions assignées. Nous analysons les sortes de relations que nous avons pu établir avec nos informateurs, et comment ces relations nous ont donné accès à des réalités et des interprétations différentes. Nous discutons enfin la façon dont ces questions ont influencé nos recherches, tout en signalant les questions éthiques soulevées par nos rencontres sur nos terrains respectifs.

Mots-clés : tourisme, ethnographie, positionnement, réciprocité, obligations concurrentes.

Abstract: In this article we discuss the positioning of ethnographers in anthropological research on tourism, and the wider implications in terms of meaningful collection and interpretation of fieldwork data. Our reflections emerge from researches in two different touristic contexts: from detailed, enduring participant observation of informal encounters between locals and tourists in Cuba, to the intermittent, snap-shot participant observation at a mass participation football game held over two days each year in the UK. The focus of our discussion will be on the ways in which we were both primarily framed by the subjects of our research, and on the dynamics and subsequent tensions arising out of attempts to breach and negotiate these tropes, to manoeuvre between shifting standpoints and subjectivities. We consider the kinds of relationships we could establish with our informants and how these (often transient) relationships give us access to differing realities and interpretations. We discuss how these issues restrained/enabled our research, while also raising some ethical dilemmas related to covertness/overtness, reciprocity, and competing obligations towards our informants.

Key words: tourism, ethnography, positioning, reciprocity, competing obligations.

Anthropological debates on reflexivity and the positioning of the researcher have highlighted the challenges that can arise during fieldwork in terms of interpretations of the researcher by the researched, competing obligations towards informants, and the various problematic negotiations involved in trying to shift perspectives and subjectivities (Hume and Mulcock 2004; Narayan 1993). In this respect, Narayan argues that: “The loci along which we are aligned with or set apart from those whom we study are multiple and in flux” (Narayan 1993: 671). Accordingly, Narayan encourages us to acknowledge shifts in relationships rather than to present them as either dichotomously distant or close, and by doing so anthropological interpretations can more closely reflect the complexities of lived interaction. Following these suggestions, this article discusses various issues arising out of a comparative reflection on the shifting positions of ethnographers investigating tourism. There is a need within ethnographic research on tourism to engage with the potential challenges related to positioning issues, and we hope to give insights on these matters through the perspectives offered by our investigations in two very different ethnographic research contexts: a ‘tourist/ethnographer’ in Cuba and a ‘local returning as ethnographer’ to study a festival in his home town. These two research contexts appear initially to be diametrically opposed. In the case of Cuba, there are self-evident differences in culture and disposition between the local people and tourists, making a tourist-local encounter instantly visible, whereas in Ashbourne, during the context of a mass participation football game, cultural differences between local insiders, outsiders or tourists are far less clear. Notwithstanding these differences, the research contexts were found to be connected due to their focus on highly mobile subjects, interactions, and events which are characterised as relating to tourism. Thereby, we are able to illustrate some common themes and issues which affected both researchers in their reflections of positionalities in the field. Drawing out similarities and challenges in these two diverse contexts, our aim is to stimulate debates on the positioning of ethnographers and on the qualities of ethnographic relationships in tourism research. Also we aim to tease out complexities of interactions between researchers and their interlocutors within situated ethnographic contexts, to demonstrate how ethnographic research in tourism can be affected by positional issues and thus to contribute to wider methodological reflections in the anthropology of tourism.

Anthropology, tourism research, and the positioning of ethnographers

While reflecting on positioning issues and challenges in the realm of tourism research, among the first things to be considered is that these issues may become even more complex when dealing with encounters in ‘borderzones’¹, when confronted with

1. According to Bruner, the touristic borderzone, “a zone of interaction between natives, tourists, and ethnographers” (Bruner 1996: 177), “is a creative space, a site for the invention of culture on a massive scale, a festive liberated zone, one that anthropology should investigate, not denigrate” (Bruner 1996: 159).

very different roles (such as foreign tourist/member of the visited population), and when manipulations and subterfuges are daily at stake (as it is often the case in tourists' encounters, see the Cuban case). Indeed, the shifting positioning of ethnographers might become increasingly necessary and striking while studying displacement, borderzones, or what Lavie and Swedenburg call 'third time-space' (Lavie and Swedenburg 1996: 13-18). As these authors put it: "Studying third time-spaces requires an ongoing negotiation and renegotiation of positionalities, rather than a one-time journey into a faraway wilderness" (Lavie and Swedenburg 1996: 20)². But such (re)negotiations of positionalities can also present several challenges, as we show in this article, challenges that deserve our attention since they may help us in understanding our research subjects.

We consider here that a discussion of our sticky/shifting positions and subjectivities, helps not only to situate our vantage point and qualify our data, but also give revealing insights on relational processes of categorization, typification and manipulation that are central for our study. A point of departure for our reflections, are the positions ascribed to us by the subjects of our research, and its implications for ethnography. Following Parkin, we recognise that "a society not only collaborates in the production of a particular type of ethnographic writing, it also shapes the possible movements through fieldwork which, at best, can only be negotiated by the fieldworker" (Parkin 2000: 267). Similarly, Malcolm Crick has pointed out how "the anthropological self is significantly shaped by the interests, attitudes and understandings of the other. Any question about the anthropological identity clearly needs to take into account this vulnerability of the self to the semantics of the other" (Crick 1995: 216). In this respect, anthropologists working on tourism such as Crick and Michel, have pointed out how encompassing and resilient the identification of any foreigner as tourist can become in some tourist destinations, making it very hard to overcome such a framing³. Michel considers that an ethnologist, except denying its identity and being accepted with another, is first of all a visitor, a foreign tourist (Michel 1998). He can certainly be, or more likely become something else, but he remains first of all a passer by – with all the inconveniences that this supposes – and an individual that is courted, exploited, feared, informed, etc. (Michel 1998). As is shown in this article, this is not the case when one 'goes back' to do research 'at home'. In such occasions, other positions may be ascribed and become available to researchers, and these positions – albeit not necessarily more privileged or less challenging for the ethnographer – are often deployed in direct opposition and against that of tourist/outsider.

Such positions are also redefined within the spatial settings of the locales, as either tourist destination or through the transformation of everyday space into a festival site. MacCannell's (1973) analysis of the arrangements of tourist settings – which he developed from the work of Goffman – is potentially useful here as it helps to understand how the scope of tourist-host interactions are limited and mediated by the arrangements of tourist sites which cast and define the roles and expectations of both sets of protagonists therein.

2. For an account of similar complexities while doing research on transnational spaces, see the reflections of Stoller on his fieldwork in Harlem, and how it required epistemological diversity and flexibility (Stoller 2002).

3. See also Waldren, 1996, on the deployments and uses of the notions of insider/outsider in the context of tourism in Mallorca, Spain.

Such arrangements of space thwart tourist's abilities to break through the veneer of interaction possibilities to reach 'truly' meaningful and 'authentic' experiences. Although MacCannell's early thesis has been refined and developed within the sociology of tourism by many researchers, it still resonates since the spatial settings remain crucial to defining the positionality issues we discuss, even in the context of Ashbourne where geographic knowledge of place-names and routes for the progression of play of the game shape and determine the roles of tourists (outsiders) and locals. Despite the arrangements of space, a further critical concept at work in our analysis is the fact that the situated interactions we describe are also fundamentally shaped by these roles⁴.

Throughout this article, differences appear in the processes of positionings and of establishing relationships with informants which can be related to doing ethnographies of tourism 'at home' – the Ashbourne case – as opposed to 'abroad' – the Cuban case. But our aim is also to move beyond such reifying dichotomies, to show commonalities in the challenges we both faced. Narayan has argued "against the fixity of a distinction between "native" and "non-native" anthropologists" (Narayan 1993: 671). Here we build on this argument and develop it further. Indeed, while we question the taken for grantedness of dichotomies such as native/non-native or insider/outsider, we are also ready to recognise their emergence in the field, as the potential product of our identifications by informants. Furthermore, we also highlight our reciprocal efforts to negotiate and breach these positions, especially since we felt they could limit our insights. Goodman argues that "as an ambiguous and temporary outsider, the anthropologist is able to avoid total identification with any particular group and hence is free to move between them and to perceive the field setting from a variety of angles" (Goodman 2000: 162). This may be contrasted with 'insiders' getting 'stuck' in the groups they are/were part of, and thereby being unable to connect and reach out to a wider range of informants, to mobilize an ampler range of identifications and align with multiple others (Harrington 2003). But in this article we show how the ethnographer as 'outsider' can also 'get stuck' and be 'totally identified' with a pre-existing group – namely 'tourists' visiting Cuba. Once this is recognised, what is important to consider are the possibilities to manoeuvre and shift from such identifications. As we show, this in turn depends on their affective and instrumental implications both for ourselves and our informants, and on the availability of opportunities to redefine relationships. Regarding such opportunities, it appears that the highly mobile nature of our research subjects limits the possibilities to 'transmute relationships' (Narayan 1993: 679) and 'invent new ones' (Monsutti 2007: 34). Approached from this angle, the differences between doing ethnographic research on tourism 'at home' and 'abroad' subsume, and the similarities between our cases can be fruitfully highlighted and discussed. Among them, the fact that as much as our positions could be hard to renegotiate, so too were the 'competing obligations' (Grills 1998:13) we felt towards our research and our relationships with informants. As we show, it can be difficult when researching tourism to occupy those productive interstitial spaces which can be so useful once "the researcher is seeking to document and understand a configuration of conflicting perspectives" (Forsey 2004: 66). The feeling of being pulled between competing agendas

4. It may be useful to recall here how Goffman linked the 'contextual' (i.e. situated, located) nature of social life to the types of social roles, or 'identities' (Goffman 1959) which people developed.

could generate awkward moments, and lead to difficult decisions on ‘which side to take’ and ‘which interests to support’. We consider that being explicit and accounting for these situations of discomfort, unpacking their rationales and our lines of action, can in turn illuminate crucial tensions that characterize our research subject and practice. Such tensions may lead to discuss the more general issue of advocacy in studies of tourism. As to which side should ethnographers take when confronted with competing obligations, and the suggestion that we should support those with ‘least power’ (Sanders in Grills 1998: 14), we can follow Grills when he argues that: “The distinction between those with power and those without, those who are in the right or wrong, and those with whom we side and those whom we oppose, however, tells us more about the commitments and the obligations held by the researcher than about some necessary qualities found in the field setting” (Grills 1998:14). But we may also reformulate Grills’ remarks once we consider that such commitments and obligations contribute to shape, in a relational way, the ‘field setting’ itself, and can therefore become hardly distinguishable from it. This may be particularly significant in our cases, as testified by the resilience of our identifications – themselves crucial ingredients constitutive of the research contexts – and our limited opportunities to negotiate and achieve new ‘interstitial’ positionings.

In the following sections, after a brief presentation of our research contexts, we focus on the ways in which we were both primarily framed by the subjects of our investigation, and on the dynamics arising out of attempts to breach and negotiate these tropes, to manoeuvre between shifting standpoints and subjectivities. We consider the kinds of relationships we could establish with our informants and how these (often transient) relationships give us access to differing realities and interpretations. We discuss how these issues restrained/enabled our research, while also raising some ethical dilemmas related to covertness/overtness, reciprocity, and competing obligations towards our informants. In the conclusion, we develop on some of the crucial issues that emerge from the comparison of our different ethnographies of tourism⁵.

Two research contexts described

Informal encounters in the realm of tourism in Cuba

The first research context (that of Valerio Simoni) is driven by a PhD investigation into informal encounters between foreign tourists and members of the local population in Cuba. Tourism has boomed in Cuba since the early 1990s, when – following the economic crises that resulted from the collapse of the Soviet Union – the Cuban government saw in the development of tourism a possibility to generate hard currency in relatively short time (*Resolución económica del V congreso del PCC, 1997*, quoted in Argyriadis 2005: 31). As tourists flock to Cuba (their numbers rose from 340 000 in 1990 to more than two millions in 2004), the Cuban authorities try to control and channel the flow of visitors, particularly by hindering, obstructing, and potentially penalizing non-

5. In this article we can only focus on some of the most significant positioning challenges that we confronted during our fieldwork. Space limitations do not permit us to develop reflections on other challenges (related for instance to our gendered subjectivities), which certainly deserve closer scrutiny.

official contacts between Cubans and foreigners⁶ Such policies constitute an attempt to regulate and frame interactions between tourists and members of the local population, and generate a divide between formal and informal social relations⁷. The exploratory notion of ‘informal encounter’ (Simoni 2008) draws attention to the implications of such divide, and encourages researchers to study issues such as ‘tourism harassment’, ‘instrumental relationships’, or ‘disinterested friendship’ by following – from the perspectives of the various protagonists involved – the processes that lead to their emergence, negotiation and eventual crystallization. To illustrate with a few examples what may generate informal encounters, I can mention that in Cuba many people were bypassing the control of the authorities while actively trying to befriend tourists, offering their services as guides or as companions, selling cigars, providing sex, private ‘illegal’ taxis, accommodation and food. Tourists in Cuba also actively gave shape to these informal relations as they tried to get in touch with the locals and offer help to them, to buy things more cheaply, to follow alternative paths, to listen to narratives of Cubans everyday lives or to get access to products and services formally unavailable (sex and drugs mainly). Concerning the ways in which the notion of informal encounter translates in Cuba, the terms *jinetero/a* (from the Spanish *jinete*, literally horseman, rider) and *jineterismo* (the activities of the *jinetero/a*) become particularly significant, as they circulate widely when talking about encounters with tourists and evoke notions of tourists’ hustling and prostitution – of Cubans ‘riding’ the tourists. Nevertheless, disputes are frequent among Cubans and tourists concerning who is a *jinetero/a*, making it important to consider how this elusive, ambiguous terms⁸ and often stigmatizing categories can be deployed and contested in

-
6. The legal bases of this penalization seem to consist of a vagrancy law, dating back to 1971 (*Ley contra la vagancia*, (1231)) (Palmié 2004: 241), and of the Articles 72 and 73 of the Cuban Penal Code on “indices of dangerousness” (Trumbull 2001: 364; Cabezas 2004). During my fieldwork, several Cubans used the expression *asedio del turista* (‘siege’/hustling of tourist), referring to the accusations of the police towards Cubans engaging informally with tourists. The police employs a system of warnings (*carta de advertencia*, or *carta de avisos de molestia al turismo*, ‘warning of nuisance of tourism’, according to Tiboni 2002: 41), combined with fines, to penalize Cubans accused of *asedio*: after three warnings, people may face some years in jail/rehabilitation centre (three years according to most of the Cubans I heard talking about it). Nevertheless, sanctions are sometimes negotiated between the police and the people accused, and I sometimes heard of payments of bribes, or sexual favours given to officers in exchange for clemency (see also Cabezas 2004). Furthermore, certain people accumulate dozens of warnings but manage to avoid the jail, thanks probably to bribes, good relational networks, or collaboration with the police (see also Tiboni 2002: 41).
 7. The emergence of such policies in Cuba and other tourism destinations (for the case of Jamaica, see for instance Mullings 1999) calls for a reformulation and expansion of the notions of ‘informal economy’ or ‘informal sector’. On the informal sector in the realm of tourism, see the work of Crick in Sri Lanka (1992).
 8. Several authors have outlined the porosity (Argyriadis 2005: 47), the ambiguities (Cabezas 2004; Fernandez 1999; Palmié 2004; Berg 2004), and the kaleidoscopic character (Kummels 2005: 24) of *jineterismo* and other related phenomenon and categories in Cuba (sex work, prostitution, and partnership for instance), emphasizing for instance how *jineterismo* is a complex phenomenon which brings issues of morality, race, class, gender and nation into play (see in particular the works of Fernandez 1999 and Berg 2004).

different situations (Simoni 2008, forthcoming)⁹. The ethnographic data on which Valerio relies in the following sections are drawn from fieldwork carried out in Cuba in February, August-September 2005, and November-March 2006-2007, as part of his PhD. It was as a tourist and researcher, as a half-Swiss/half-Spanish outsider and potential 'prey' of *jineteros/as*, that Valerio first went to Cuba. During the time spent in the island, he gathered data through participant observation and conversations both with tourists and Cubans/*jineteros* in the tourist poles of Havana (the capital), Viñales (a rural village), and Playas del Este (a beach resort on the East of the capital).

Ashbourne Royal Shrovetide Football game

The second research context (that of Scott McCabe) is an investigation into how tourism and modernity impacts on an historic sporting football festival in Ashbourne, Derbyshire in the UK. Ashbourne is a small town nestled in a valley and which is divided into two by a small river, the Henmore. It forms what is called the 'Gateway to the Peaks' due to its position on one of the main link roads in the Peak District National Park, which is one of the most visited National Parks in the world with around 26 million visitors each year (McCabe 2000). The town has developed and modernised over the last 30 years into an economy which thrives on tourism. Despite the game itself being played outside the main tourist season, it is still a popular tourist attraction due to the unique characteristics of the game and widespread international media coverage (McCabe 2006). The game is played on Shrove Tuesday and Ash Wednesday, dates which are tied to the Christian Calendar of Easter, and it is thought that the game has been in existence for at least 300 years. Players born on either side of the river traditionally form the two sides, the Upp'ards are born North of the river and Down'ards consisting of people born on the Southern side. The game is a 'mass participation' game, whereby there are few rules, it is played in the streets and fields around the town, and as such, people move freely through the town, into and out of the play of the game even though for long periods of time the play is static in and around the streets and lanes of the town. The 'goals' consist of two mill-posts which are embedded into the river bank near the site of two mills at either end of the town, three miles apart and so the 'field' of the game is widespread. Since the game is played in winter, and since it provides the focal point of festivity for the people of the town and surrounding villages, there is also a great amount of socialising in all the town's many pubs, bars, Hotels and restaurants. Thus, the research context is extremely fluid and so informal ethnographic methods always seemed the most appropriate way to get a better understanding of the perspectives of ordinary people, both locals and tourists. Scott's interest in this game stems from the fact that he was born and raised in Ashbourne and grew up following the game, playing it for a while until his work prevented it, and after he moved out of the town he always made a point of returning for the game each year, and so his interest in it is more than 'strictly anthropological'. He began making ethnographic reflections of the games in 2001 and has continued every year to collect historical details, brief interviews with key players and field notes and diaries (apart from in 2003 when he was travelling abroad).

9. To try translate the ambiguities and controversies surrounding the term *jinetero/a*, without straightforwardly imposing this label to people, I use in this article the expression Cuban/*jinetero* – the sign '/' indicating both a potential identification and a disjuncture.

Situating researchers and shaping relationships in tourism ethnographies

Positioning frames

During the fieldwork in Cuba, Valerio usually got access to new situations from the vague position of tourist. That is, both Cubans/*jineteros* and tourists with whom he interacted, at their first encounter – and before he had any chance to inform them about the research purpose of his stay – would generally start by considering him a tourist. In this respect, Cubans/*jineteros* in particular, manifested great skills in decoding and profiling tourists (Simoni 2008). The way tourists dressed, the locations they frequented, their movements and bodily language, and most importantly the language they spoke (including intonations and accents) were among the key elements that Cubans/*jineteros* considered while identifying and classifying tourists. Most of the times, Valerio would be initially included in this category – becoming for his interlocutors one of the many foreigners visiting Cuba. A significant consequence of this was that after about seven months spent on the island, he could easily retrace and recognise Cubans’/*jineteros*’ ways of approaching tourists of his kind – their ‘opening’ (*entrada*) as they called it. The recollection of this kind of information constitutes a valuable part of his data – that he could gather under the umbrella ‘what happened to me-tourists’. In spite of their potential diversity, and of the interest they had for his research, Cubans’/*jineteros*’ initial (and easily accessible) ‘tourist oriented’ talks and performances limited Valerio’s access to other modes of conversation, where other subject could be discussed and reflected upon. Therefore, he often felt there was a need to negotiate and shift his position, ‘back again’ to ethnographer, to singularize his persona and distinguish himself from tourists, to reformulate his connections and attachments with Cubans/*jineteros*. Apart from Valerio’s interest in shifting position in order to gather other kinds of information, he also wished to talk openly with people about the purpose of his stay in Cuba, namely ethnographic fieldwork for his research, and therefore the need to specify and achieve a non – at least non only – tourist subjectivity. In spite of his explanations, these positional shifts were most often far from being smooth, straightforward, or long lasting. Notably, his efforts to change his identification from tourist to researcher, seemed often to get unnoticed and completely neglected, or easily forgotten by many Cubans/*jineteros*, to whom Valerio thinks he remained essentially a foreign visitor spending some time in their country (see Crick 1995 and Michel 1998) – a *yuma* (as foreigners could be called in Cuba).

As opposed to Cuba, Ashbourne is not an international tourist destination where foreigners or outsiders are easily distinguishable, and the positioning issues are quite distinct and yet some similarities are evident. During the game it was easy for Scott to stop and chat to people who are following proceedings. The spectacle of the game and the corruption of spatial norms, what Bahktin called a ‘Chronotope’ (1981) facilitated the emergence of informal interactions, particularly as talking about the game and what had happened previously or what was currently happening is accepted and the occasion of the game allowed for an openness of possibilities of encounter. Similarly, in the pubs and bars, people are in expectant mood, appearing free from normal social constraints and thus open and friendly. In these circumstances it is not clear how people would position Scott since the research at these points of interaction was covert, fleeting and sporadic and he was likely to appear as just another visitor to the games. It was not necessary or incumbent on him to reveal his position as researcher in these contexts. However,

as an ex-Ashbournian, Scott was recognised by many people who, like him returned to Ashbourne every year for the games, or who have remained living in and around the town and are 'local' people and so in these occasions it was necessary to position himself accordingly. A great many of the encounters made during the research would include these interactions. Many of the more meaningful encounters with old friends would result in Scott revealing the 'other' position as ethnographer, and the other purpose of his visit to the game and would normally result in useful data, informing reflections on the changing character of the game and how people perceived their identities. But this created a series of tensions for him in how he felt he was being positioned by his old friends and local acquaintances and led to an adjustment in how he positioned himself in some interaction circumstances.

In Cuba, Valerio's exchanges with Cubans/*jineteros* could also sometimes lead to a reformulation of their relation as being distinct from a 'typical' tourist-Cuban one. In this respect, it is important to consider how in the course of informal encounters the terms 'tourist' or 'touristy' often assumed a rather negative connotation (see again MacCannell 1973), according to which 'typical tourists' were doomed to see only the surface of Cuba, the Goffmanian 'front-stage' (1959), the Cuba of tourism brochures and governmental propaganda. As opposed to this, Cubans/*jineteros* would promise tourists guidance and information that would grant them access to the 'real' Cuba, the 'back-stage', and encouraged visitors to follow them in order to get 'off the beaten track' (Simoni 2008, 2008a). The predisposition to create a 'unique' relationship and adapt to various tourists' agendas manifested by some Cubans/*jineteros*, allowed Valerio in few occasions to get them interested in his research. By granting him researchers' status – at least for a while – these Cubans/*jineteros* would tell him some stories about tourism and their encounters with tourists. In these cases, their rationale seemed to be the following: 'we can give foreigners what they want, so if you want stories related to tourist-Cuban encounters, we can provide you that'. Albeit this fruitful dynamic was generated only in certain occasion, and often only for a certain lapse of time, it led in few cases to a further opening up, disclosure of interests, and reformulation of relationships, and to the establishment of particular friendships characterized by feelings of reciprocal trust and mutuality. Alternatively, a more standardized tourist-Cuban/*jinetero* relation could take over again, one in which suspects of hidden agendas, instrumentality, and deceptive self-presentation would come to the fore. Among the other positions that Valerio could achieve while engaging with Cubans/*jineteros* (at least ironically) was that of hustler, of *jinetero*, which further reveals the strength of *jineterismo* as prevalent frame in which Cubans/*jineteros* viewed relationships with tourist¹⁰. Some of his Cuban/*jinetero* acquaintances for instance, as he told them he would go around and try to meet some tourists, do some fieldwork, joked about him being a *jinetero*, mobilizing a script according to which 'once you actively try to meet tourists, then you must be a *jinetero*'. In an even smarter way, someone referred to his activities as *jineterismo informacional*, that is, doing *jineterismo* in order to gather information.

10. A parallel is here possible with Venkatesh remarks on the importance of 'hustling' as a governing principle shaping and mediating social relations in an American ghetto (Venkatesh 2002: 96).

In Ashbourne, the research never intended to uncover the informal organisation of the game itself and Scott felt positioning barriers in attempting to interview players in a more formal way. Information about the game structures, its ‘serious’ local players who ensure the game is played out and constructed as ‘our’ local game by many insiders, was an important topic with informants. However, this also reveals how difficult it was for him to engage with those people playing the game in a ‘serious’ way and as he is known to many of them meant that he was potentially positioned as an ‘insider’ local person (and therefore also an ‘outsider’ – person belonging to the other team – by certain members who were able to position him as a member of the opposing team, an ‘Upp’ard’). Here, in a manner comparable to how the positions of tourists or *jinetero* were ascribed to Valerio, it is the roles of ‘insider’, and more precisely of ‘Upp’ard’, that show their immediacy and resilience, and that could limit other forms of engagements and interstitial positionings. In more recent years, new constraints have impacted on Scott’s research, which similarly tend to get him stuck in certain positions and rise challenges for his research. More formal networks of old friends made around the universal availability of mobile phones, who reliably establish contact prior to the game which formalises and adds structure to an intended free-flowing attempt to engage with as wide a range of people as possible. This limits the amount of independence felt and impacts upon the available time to produce further probing reflections. The informal way in which Scott sometimes position what he is doing openly as research and at other times, less openly, and yet ostensibly not doing anything differently in the perspectives of the ‘friends/informants’ was clearly an issue which created guilt and a difficulty in making a legitimate claim as a ‘researcher’. Of course, these reflections continue, and add to the accumulation of interpretations on the game and increasingly on Scott’s ephemeral position as a researcher, local, and tourist all in one. His experience of a ‘trouble’ differentiating his position in some encounters, working through serendipitous interactions with different people over many years within a very concentrated time and a spatial context which is difficult to manage, organise and ‘arrange’. But also, Scott is aware that potentially at least he is being positioned by them, as Scott, the person they knew from school, or the husband or the father or the friend of someone, or the researcher, or lecturer, or the guy that used to work in the local bar. These frames may be more precisely defined than ‘tourist’ or ‘ethnographer’ which might limit the possibilities for deep insights from informants.

Valerio’s potential identification with *jineteros* raises the question of his relationships with tourists, and notably the sort of access he had to them. First of all, as a foreigner, Valerio was granted a far more advantageous proximity to other tourists that most Cubans could have, since he had easy access to tourism installations and had not to worry about police questionings or accusations of *jinetismo* while engaging with other foreigners. Nevertheless, in spite of these crucial advantages, he often felt he was lacking Cubans’ know-how, experiences, sociability, or economic needs that so often constituted a pretext and legitimized their approaches to tourists and the building of relations with them. That was not the case for Scott, who could rely on and display his insiders’ status to get in touch with tourists in order to give them some information and advice on the game. More generally, this raises the issue of the reciprocity circulating in the relationships between ethnographer and informants.

Negotiating engagement and reciprocity

In the Ashbourne case, people are continually moving into and out of the scene of the play, and thus a difficulty arises in extending and developing long and meaningful interaction with people within the context of the game. Their focus is on the game not on the researcher, the frame conditions, make it almost impossible to follow some lines of inquiry but open up other, more fluid and flexible means of interpretation and reflection. Whilst ostensibly 'just following' the play of the game Scott was often asked what was happening, who was winning, where the ball was currently and indeed many of the more informal and chance interaction opportunities arise through such openings. Similarly, in these circumstances there are endless possible fleeting encounters some of which could lead to fruitful conversations but these are limited to the context of watching the game which is always on the move. In these interactions, Scott felt no sense of guilt and indeed could often find an opportunity to position himself as an 'insider' local person with specific local knowledge about the game and the spatial configuration of the town and its lanes, alleys, paths and fields. In these circumstances it was easy to ask questions about these people, who they were and where they were from and what they thought about the game and some other aspects of their being here at the game. This led to similar benefits emerging out of a sense of reciprocity with research informants.

In the case of Valerio's research, Cubans/*jineteros* also tended to be very mobile subjects, whose sites and times of activity could constantly change as they followed diverse agendas and tactics to engage with tourists. Tourists in Cuba were busy too – from visiting places to 'total relaxation' on the beach – and their presence in any given place tended to be very transient. Given the transience of tourists and the potentially instrumental character of Cubans/*jineteros* engagements with foreigners, a crucial question that arose for Valerio was how to make his presence pleasant and interesting enough for them to be willing to spend some time in his company, and not perceive him as an annoyance, and indiscrete presence hampering or distracting them from their daily business (particularly for Cubans/*jineteros*), and their time-constrained activities (especially for tourists).

In the contexts of Scott's conversations with old friends and ex-Ashburnian interlopers like himself, his feelings were more complex than when dealing with tourists. Initially since they could all share certain tacit knowledge and understandings about the game and the issues surrounding how it has impacted on them as people and our perceptions of the town and the community identity, the conversations were free from any feelings of obligation, but subsequently, over the years, there are different relationships emerging and a risk in being positioned as an annoyance. This risk, or fear on Scott's part has impacted upon many interactions and the ability for him to press and push the research into new areas with these informants. Scott feels as though there is little he is bringing to them in terms of reciprocity which marks these interactions as different that those of Valerio, where pecuniary or other resources can mitigate to formalise the relationships better. People coming into the dialogue with long-held assumptions and characterisations about the identification of the researcher and the purpose of the meeting/interaction may seriously impact upon the ability of the researcher to develop reciprocal measures.

In terms of the things that Valerio had to offer to tourists, and in spite of not being a 'local' himself, they mainly got translated in his knowledge of Cuba and tourism in this country, in tips and advices that he could give assuming the advantageous position of a researcher, someone who had spent much time there, an expert (similar to Scott

here), or at least an experienced traveller. In this respect, not being a Cuban could even turn to his favour with those tourists who got sceptical about Cubans/*jineteros* efforts to socialize, as they thought they were essentially motivated by economic interests – a major difference here with Scott’s research context, in which economic asymmetries play a much less important role. People in this tourist mood – scepticism, tiredness of Cubans’/*jineteros*’ advances – could get far more open and relaxed while talking with Valerio, a tourist fellow/researcher. In the case of Valerio’s reciprocity towards Cubans/*jineteros*, the possession of hard currency remained probably for most of them one of his salient features and resources. Many of the relationships Valerio had with Cubans who lived in close contact with the world of *jinetismo* were ridden with this ambiguity. Besides immediate economic considerations, relationships with a *yuma* could also be interesting for Cubans/*jineteros* for other reasons. Among these: the fact of practicing other languages; of learning new things and mastering new topics for discussion (and therefore also crafting new resources that would be useful when dealing with other tourists); or the use of tourists to facilitate access and relationships with other tourists. In the latter case, the task Valerio and other foreigners could then accomplish (and someone explicitly told him about the reflexive use of this tactic) was similar to that of a guarantor, ‘the very good foreign friend they knew from long ago’, and which could reassure sceptical tourists about the good reputation and intentions of the Cubans/*jineteros* at stake. Another way Valerio could reciprocate Cubans/*jineteros* was through a more active involvement in their own activities, acting explicitly as a collaborator, as someone who could direct other tourists towards them, helping them to get to know other foreigners, and even arranging some deals on their behalf. But here comes another crucial question, related to Valerio’s positioning and its’ potential implications: that of the limits of his engagement and his involvement in Cubans’/*jineteros*’ agendas and in tourists’ ones – what we might also refer to as competing obligations.

Competing Obligations

Concerning Valerio’s involvement in Cubans/*jineteros* agendas, he always tried not to reach the limit of being perceived as a *jinetero* himself, as his aim was not to make money taking advantage of tourists, and he didn’t want to enter in a kind of competition for tourists with other Cuban/*jineteros*, nor give them this impression. When wanting to collaborate with Cubans/*jineteros*, Valerio was in the uncomfortable position of having to decide with whom, since many of the people he got to know were engaged in similar kinds of activities. In this respect, he often tried to share the benefits of his collaboration with a wide range of Cuban/*jinetero* acquaintances, promoting the idea that things should be redistributed among many, and not monopolized by one (*‘hay que repartir’*, ‘there must be sharing’, was a typically Cuban expression that he adopted for this purpose several times). Little was confronted with similar dilemmas in the course of his fieldwork in Guatemala, as he perceived the risks involved in being affiliated “with only a few families”, as “others would have shut me out of their homes and lives” (Little 2004: 30). A parallel can also be traced with Kelly’s considerations on her fieldwork among prostitutes in Mexico, as she rises some challenges of doing research “in a highly conflictual environment with extreme factionalism and shifting loyalties among and between Zone workers (the name of the brothel) and staff” (Kelly 2004: 3-4). For Kelly “Fieldwork in the zone required delicacy and a balance of neutrality and engagement” (Kelly 2004: 4). Researching the world of

jineterismo, Valerio could also perceive factionalisms and a sense of competitiveness in the struggle to get tourists and establish exclusive relationships with them. Occasionally, he himself became the object of a controversy as two Cubans/*jineteros* argued about each other's privileged right to stay with him. Controversies over 'property rights' on *yumas* – and Cubans/*jineteros* could use expressions such as '*el es mio, esos son míos*' 'he is mine, those are mine' – became a serious issue in several occasions, revealing tensions, competitiveness, and factionalisms, and putting tourists and Valerio in an awkward position, as they tried to re-define and clarify their attachments. Besides these challenges of his relationships with Cubans/*jineteros*, there was also the issue of the obligations Valerio felt towards his tourist fellows. How should he react for instance, if he thought that the cigar deal suggested by a Cuban/*jinetero* to tourists in his company was not good? Whose side should he have taken? Advocacy loomed upon Valerio in these cases, while he hoped that the protagonists of the deal would understand his reluctance to clearly take any side, accepting his tentative interstitial positioning, and granting him at least a sort of 'balanced mediator' status. Decisions on how he should manage and position himself in these awkward situations were made on the spot, as he was torn between the responsibility he felt towards tourists and his relationship with Cubans/*jineteros*. Valerio was often afraid of saying something that would possibly ruin Cubans/*jineteros* agenda, as he thought that later – when tourists left, while he stayed – he could have to face negative consequences of this. His reputation among Cubans/*jineteros* was at stake, and rumours could quickly spread about him impeaching their business by giving tourists bad advice, and even trying to set his own business with them. These were among the challenges and competing obligations he had to face while doing ethnography among and between potentially conflicting actors.

For Scott, albeit he is not dealing with such factionalisms or conflicting actors (besides perhaps the divide between Upp'ards and Down'ards), there are also competing obligations which arise mainly from being framed as an insider. As such, he is someone whom should be interested in the family news, go and visit some friends, meet a new wife or girlfriend and take part in distracted chit-chat, or other extra-familial social obligations which means that there are times when there are more limited opportunities for actually engaging directly with the game and the research. Being sometimes also positioned as an 'ex-Ashburnian', colleague, friend or associate also creates competing obligations in such fluid and transient environments in many ways. Scott sometimes feels that he is obliged to come to the 'right conclusions' about how the town and the game has changed, to represent and reflect opinions – in an advocacy mode – that he might not really feel he own himself. Scott is assumed to know certain things, understandings of 'what is going on' during the play of the game, and yet he is no longer a local person, he hasn't lived in the town for twenty years, and so a new generation of members remains almost beyond his research reach. As such he feels he is not developing a balanced view of the broad constituency of possible informants as much as he could.

Conclusion

This paper has argued that even in diverse ethnographic field research contexts in tourism, there are some common issues which can arise. Some of these issues relate to the challenges of doing research in highly mobile fields of study. In spite of the very different nature of the two sites, a festival and an international tourism destination, it was

possible to highlight similarities both in the ways the researchers approached encounters and in the positioning challenges of participant observation. Both contexts threw open both opportunities and limitations for different interactions, opening up possibilities for chance encounters and meaningful observations and interactions. They shaped access to respondents and relationships between researchers and participants. The ease with which access to and encounters with people could be achieved from our taken-for-granted positions and resources, also imposed limitations in terms of depth and the qualities of the interactions made. The situated nature of human interaction meant that we were always aware of the extra-ordinariness of the space and time within which our interactions took place, and were careful to make too bold knowledge claims on this basis. In these cases, it was noted that the researchers were shifting between different situated encounters in mobile spatial and social arrangements, taking up salient roles in different situations, each giving access to different views, perspectives, and knowledge.

The consequences and issues arising out of positionalities were also explored in the paper. In some interactions covert positioning was inevitable, and in both cases in different contexts a more open position was called for, which created further challenges. Some of these issues arose out of a relational positioning of ourselves as insiders or outsiders. As noted in the analysis, some of these positionings were fruitful and allowed for deeper insights. However there are also challenges. In the case of Ashbourne, Scott felt uneasy about re-positioning himself, as if this could be taken as a denial of the position they attributed him – a position such as ‘the person they knew from school’ an affiliation to which one would be strongly attached, and which differs strikingly with the more generalized and rather anonymous position of ‘tourist’ that could be attributed to Valerio in the Cuban case. This shows how certain positions may be more layered, sedimented, consolidated, and crystallized, making them difficult to circumvent, while others seem more transparent, flimsier and easier to unpack, adapt, and reformulate – lending themselves more willingly to distancing and manipulation. Again, what seems important here is to be able to grasp the relational processes of positioning which inform the qualities of ethnographic relationships and thereby generate specific practices and discourses.

Within each context, there was also an issue of credibility. It may be particularly the case with research on tourism that the unobtrusiveness of participant observation doesn’t help remind informers what ethnographers are doing. Little argues that: “The interviewing/surveying that I did with them (vendors) and with tourists was also academic work with which they were familiar. Merely spending the day with them, conversing and observing, seemed too much as if I were goofing off” (2004: 28). Similarly, Causey remarks that, for the travellers he met during fieldwork: “I was not a real traveller, but “researcher” did not seem believable either. After all, who ever heard of studying Western tourists?” (2003: 18). In our case, we both felt the awkwardness and insecurity of engaging ambiguously with our informants, as we struggled to find suitable occasions to reframe and reaffirm our positions as ethnographers.

We are continually making sense of the situations we find ourselves in, and yet in the case of the ethnographic research context in which we place ourselves, we add different dimensions to these contexts. By relating with the subjects of our investigation, we mobilize categories and try to shape layers of new identifications, which in turn may give rise to tensions and generate frictions with previously assumed and taken for granted categorizations. Understanding people’s positions and their directed attention,

brings about ideas of reciprocity and competing obligations. In the different cases each researcher was able to identify mutual benefits from certain interaction contexts, whether that was knowledge of the game or cash and gifts in Cuba. These reciprocal arrangements also highlighted some competing obligations which created difficulties in other contexts. These issues can lead us into the terrain of advocacy in ethnographic research on tourism, something which is increasingly complicated in these research contexts where there is no clearly bounded group with a clearly defined agenda, nor any common line of action. As we both tried to shift roles, redefine relationships, and negotiate interstitial positionings, we felt we were being anchored in well established frames of action, which also informed the expectations placed on us. Thus, in both contexts the researchers felt competing obligations towards the informants and the various protagonists involved in the research process, and obligations to the research itself. Reproducing such competing obligations was the scarcity of opportunities to achieve satisfactory 'middle grounds' and reformulate obligations, mainly due to the mobility of the research subjects. In spite of these obstacles and difficulties, we both made attempts to modulate our engagements, trying to navigate the shifting balances of participation/observation, of attachment/detachment. Instead of downplaying or avoiding these varied and interrelated positioning challenges, we consider that by accounting for them, and by unpacking their rationales, we can fruitfully contribute to further our understanding both of tourism and the practice of ethnography.

References cited

- ARGYRIADIS, Kali, 2005. "El desarrollo del turismo religioso en La Habana y la acusacion de mercantilismo". *Desacatos*, 18, pp. 29-52.
- BAKHIN, Mikhail, 1981. *The Dialogic Imagination: Four Essays*, Michael Holquist (ed), trans. Caryl Emerson and Michael Holquist. Austin: University of Texas Press.
- BERG, Mette L., 2004. "Tourism and the Revolutionary New Man: The Specter of *Jineterismo* in Late 'Special Period' Cuba". *Focaal*, 43, pp. 46-56.
- BRUNER, Edward M., 1996. "Tourism in the Balinese Borderzone", in Smadar Lavie and Ted Swedenburg (eds), *Displacement, Diaspora, and Geographies of Identity*, pp. 157-179. Durham and London: Duke University Press.
- CABEZAS, Amalia L., 2004. "Between Love and Money: Sex, Tourism, and Citizenship in Cuba and the Dominican Republic". *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 29 (4), pp. 984-1015.
- CAUSEY, Andrew, 2003. *Hard Bargaining in Sumatra: Western Travellers and Toba Bataks in the Marketplace of Souvenirs*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- CRICK, Malcolm,
1992. "Life in the informal sector: streets guides in Kandy, Sri Lanka", in David Harrison (ed.), *Tourism and the Less Developed Countries*, pp. 135-147. London: Belhaven Press, and New York, Toronto: Halsted Press.
1995. "Anthropologist as Tourist: an Identity in Question", in Marie-Françoise Lanfant, John B. Allcock, and Edward M. Bruner (eds), *International Tourism. Identity and Change*, pp. 205-223. London: Sage.
- FERNANDEZ, Nadine T., 1999. "Back to the Future? Women, Race, and Tourism in Cuba", in Kamala Kempadoo (ed.), *Sun, Sex, and Gold: Tourism and Sex Work in the Caribbean*, pp. 81-89. Lanham: Rowman and Littlefield Publishers.
- FORSEY, Martin, 2004. "'He's Not a Spy; He's One of Us'. Ethnographic Positioning in a Middle-Class Setting", in Lynne Hume and Jane Mulcock (eds), *Anthropologists in the Field: Cases in Participant Observation*, pp. 60-70. New York, Chichester: Columbia University Press.

- GOODMAN, Roger, 2000. "Fieldwork and Reflexivity: Thoughts from the Anthropology of Japan", in Paul Dresch, Wendy James and David Parkin (eds), *Anthropologists in a Wider World: Essays on Field Research*, pp. 151-165. New York and Oxford: Berghahn Books.
- GOFFMAN, Erving, 1959. *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday.
- GRILLS, Scott, 1998. "An Invitation to the Field: Fieldwork and the Pragmatists' Lesson", in Scott Grills (ed.), *Doing Ethnographic Research: Fieldwork Settings*, pp. 1-18. Thousand Oaks: Sage Publications.
- HUME, Lynne and Jane MULCOCK (eds), 2004. *Anthropologists in the Field: Cases in Participant Observation*. New York, Chichester: Columbia University Press.
- HARRINGTON, Brooke, 2003. "The Social Psychology of Access in Ethnographic Research". *Journal of Contemporary Ethnography*, 32 (5), pp. 592-625.
- KELLY, Patty, 2004. "Awkward Intimacies: Prostitution, Politics, and Fieldwork in Urban Mexico", in Lynne Hume and Jane Mulcock (eds), *Anthropologists in the Field: Cases in Participant Observation*, pp. 3-17. New York, Chichester: Columbia University Press.
- KUMMELS, Ingrid, 2005. "Love in the Time of Diaspora. Global Markets and Local Meaning in Prostitution, Marriage and Womanhood in Cuba ». *Iberoamericana*, 5 (20), pp. 7-26.
- LAVIE, Smadar and Ted SWEDENBURG, 1996. "Introduction: Displacement, Diaspora, and Geographies of Identity", in Smadar Lavie and Ted Swedenburg (eds), *Displacement, Diaspora, and Geographies of Identity*, pp. 1-26. Durham and London: Duke University Press.
- LITTLE, Walter, 2004. *Mayas in the Marketplace: Tourism, Globalization, and Cultural Identity*. Austin: University of Texas Press.
- MACCANNELL, Dean, 1973. "Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings". *American Journal of Sociology*, 79 (3), pp. 589-603.
- MCCABE, Scott,
 2000. "Consumption of the Countryside at the Turn of the Millennium: a Postmodern Desert of Experience or Valuable Link in the Chain of 'Real', Lived Identities? Day Visitors to the Peak Park Have their Say", in Mike Robinson, Philip Long, Nigel Evans, Richard Sharpley and John Swarbrooke (eds), *Motivations, Behaviour and Tourist Types: Reflections on International Tourism*, pp 267-284. Sunderland: Centre for Travel and Tourism and Business Education Publishers Ltd.
 2006. "The Making of Community Identity through Historic Festive Practice: the case of Ashbourne Royal Shrovetide Football", in David Picard and Mike Robinson (eds), *Festivals, Tourism and social Change: Remaking Worlds*, pp. 99-118. Clevedon, Essex: Channel View.
- MICHEL, Franck, 1998. « Des manières d'être et de faire du touriste et de l'anthropologue », in Franck Michel (éd.), *Tourismes, Touristes, Sociétés*, pp. 35-44. Paris : L'Harmattan.
- MONSUTTI, Alessandro, 2007. « Le baiser de l'ethnologue : entre don de soi et usage de l'autre sur le terrain », in Suzanne Chappaz-Wirthner, Alessandro Monsutti and Olivier Shinz (eds), *Entre Ordre et Subversion. Logiques plurielles, alternatives, écarts, paradoxes*, pp. 23-35. Genève, Paris : Éditions IUED et Karthala.
- MULLINGS, Beverly, 1999. "Globalization, Tourism, and the International Sex Trade", in Kamala Kempadoo (ed.), *Sun, Sex, and Gold: Tourism and Sex Work in the Caribbean*, pp. 55-80. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- NARAYAN, Kirin, 1993. "How Native is 'Native' Anthropologist?", *American Anthropologist*, 95 (3), pp. 671-686.
- PALMIÉ, Stephan, 2004. "Fascinans or Tremendum? Permutations of the State, the Body, and the Divine in Late-Twentieth-Century Havana". *New West Indian Guide*, 78 (3/4), pp. 229-268.
- PARKIN, David, 2000. "Epilogue: Fieldwork Unfolding", in Paul Dresch, Wendy James and David Parkin (eds), *Anthropologists in a Wider World: Essays on Field Research*, pp. 259-273. New York, Oxford: Berghahn Books.

SIMONI, Valerio,

2008. “‘Riding’ Diversity: Cubans’/Jineteros’ Uses of ‘Nationality-Talks’ in the Realm of their Informal Encounters with Tourists”, in Peter Burns and Marina Novelli (eds), *Tourism Development: Growth, Myths and Inequalities*, pp. 68-84. Wallingford, Cambridge Ma: CAB International.

(forthcoming). “Shifting Powers: The (De)Stabilization of Asymmetries in the Realm of Tourism in Cuba”, *Tsantsa: Review of the Swiss Anthropological Society* 13.

SMITH, Estellie M. (ed.), 1990. *Perspectives on the Informal Economy*. Lanham, New York, London: University Press of America.

STOLLER, Paul, 2002. “Crossroads: Tracing African Paths on New York City Streets” *Ethnography*, 3 (1), pp. 35-62.

TIBONI, Licia, 2002. *Les papillons de la cinquième avenue. Entre tourisme et prostitution à Cuba: un regard sur l’espace vécu havanais*, mémoire de licence, département de Géographie, Université de Genève.

TRUMBULL, Charles, 2001. “Prostitution and Sex Tourism in Cuba”, *Cuba in Transition*, 11, pp. 356-371.

VENKATESH, Sudhir, 2002. “‘Doin’ the Hustle’: Constructing the Ethnographer in the American Ghetto”, *Ethnography*, 3 (1), pp. 91-111.

WALDREN, Jacqueline, 1996. *Insiders and Outsiders: Paradise and Reality in Mallorca*. Providence: Berghahn Books.

Diasporic visitor, diasporic tourist
Post-migrant generation Moroccans on holiday at 'home' in Morocco

Lauren WAGNER

Résumé : *Les membres de diasporas qui se rendent en visite dans leur pays d'origine éprouvent souvent le sentiment paradoxal d'être « touristes dans leur propre pays ». Cet article explore ce paradoxe à travers la présentation de données ethnographiques concernant des Européens d'origine marocaine de la génération poste-migrante qui passent leurs vacances d'été au Maroc. Ces personnes rendent compte de leur visite comme d'un « retour chez eux », mais leurs comportements et leurs choix de loisirs montrent souvent que leurs visites sont plus, et autre chose, que de simples visites familiales. Cela permet de montrer que ces visiteurs se comportent et se considèrent à la fois comme des locaux et comme des touristes, la façon dont ces deux identités s'imbriquent variant selon les cas.*

Mots-clés : diaspora, tourisme, appartenance, migration, Maroc.

Abstract: *Diasporic populations who visit the 'homeland' often describe a paradoxical sense of being a 'tourist in their own home'. This article explores this dynamic through ethnographic data on post-migrant generation Moroccans from Europe who spend their summer holidays in Morocco. Although these individuals characterise their visits as 'going home', how they choose to spend their time on vacation indicates that the holiday is more than simply a visit to the family home, calling into question how the diasporic community relates to their place of origin as both 'locals' and 'tourists'.*

Key words: diaspora, tourism, belonging, migration, Morocco.

The concept of tourism would seem necessarily antithetical to the concept of diaspora: the one implies cursory and superficial connections with a place away from the place of residence, whereas the other implies rooted and profound ones. Tourists are those who do not 'know' the place intimately, who consume it through representations (Kirshenblatt-Gimblett 1998; Rojek and Urry 1997) and, because of the temporary nature of their stay, are unable to appreciate the density of the space they visit. Diaspora members, although they may have relatively little experience being there, often have an instilled sense of cultural awareness inextricably linked to the space of 'home', learned by the ways they and their families practice belonging to their particular diasporic community. The tension between these two positions, that of the unknowing tourist and the intimately knowledgeable diaspora member, provides the foundation for this investigation into the modes of consumption and of interaction enacted by Moroccan post-migrant generation diasporic visitors when they choose to 'return home' to Morocco on holiday.

In order to address this configuration as it is specific to Morocco, to migrant communities from Morocco, and to the holidays post-migrant generation members of these communities spend in Morocco, this paper presents first a theoretical intersection between 'diaspora' and 'tourism' through the dynamic of 'home'. The data presented, gathered from experiences of Moroccan post-migrant generation visitors during visits to Morocco, reflects on how 'home' might be interpreted both as the experience of family connection in a place of origin and as the touristic consumption of Morocco as a 'homeland'.

From diaspora to diasporic

From its original restricted application to certain historically specific cases of population dispersal (Gilroy 1993; Tölöyan 1996; Schnapper 1999; Shuval 2000), diaspora has been used in reference to various large-scale movements (Cohen 1997) and to different approaches to attachment to a distant homeland (Anthias 1998; Werbner 2002; Mavroudi 2007). Cohen in particular is concerned with defining 'diaspora' as representing only migrant groups that adhere to certain qualities of their exodus and composition (1997: 180), which would include the Moroccan 'diaspora'. However, the application of a broad term to all those who migrated from Morocco, regardless of their conditions of migration, may engender imaginings of a level of unity and solidarity among different Moroccan migrant communities that cannot be demonstrated. In lieu of applying 'diaspora' in general, I suggest describing some of their practices as 'diasporic'.

Diasporic attachment

'Diasporic' in the adjectival sense, as opposed to the mass of 'diaspora', is used here to describe a connection to an (imagined) homeland, and a sense of belonging in the (imagined) cultural/social space of that homeland. Diasporic individuals may have political or economic (transnational) projects that involve the homeland, but they are projects generally situated in and perpetrated from an external space. These projects may use the homeland as a source of reference, or a reason for action, but they are projects

that impact primarily lives and activities elsewhere¹. Diasporic could be equally applied to movement from region to region within one nation as to movement from nation to nation.

Additionally, 'diasporic' refers to distance through space in Massey's sense (2005) that is both spatial and temporal. That is, diasporic pull can reflect nostalgic impulses for moments of past experiences alongside involvement in dynamics of distant places. Naming these individuals as 'diasporic,' instead of some other common terms like hybrid or transnational, recognises that the source of influence on their identities is situated in a specific distant space – a 'home' – to which they are connected to through 'rootedness' of familial origin.

In this sense, discussions about diasporic visits to the country of parental origin, in this case Morocco, are often characterized by discourses of 'home' or 'return', whether or not the individual in fact resided in Morocco. Yet the European community is equally thought of as a 'home', at times more so in the sense of being a place of residence and of the year-round activity of 'normal' life. It is the diasporic nature of the connection that allows the metaphor of 'home' to be acceptable to describe a distant place: as Brah (1996) describes it, diaspora "offers a critique of discourses of fixed origin, while taking account of a homing desire which is not the same thing as desire for a 'homeland'" (1996:180).

Her description emphasises the displacedness of the diasporic without pairing it to a de-culturation or de-nationalisation. It recontextualises the paired concepts of 'home' and 'location', neither of which are fixed in space in a diasporic sense. Instead, these elements alternate between conjunction and disjunction: both the diasporic centre and the place of residence are equally definable as home, and are equally places of location and dislocation for diasporic individuals:

"Where is home? On the one hand, 'home' is a mythic place of desire in the diasporic imagination. In this sense it is a place of no return, even if it is possible to visit the geographical territory that is seen as the place of 'origin'. On the other hand, home is also the lived experience of a locality. Its sounds and smells, its heat and dust, balmy summer evenings, or the excitement of the first snowfall, shivering winter evenings, somber grey skies in the middle of the day... all this, as mediated by the historically specific everyday of social relations" (Brah 1996: 192)

She continues: "The question of home, therefore, is intrinsically linked with the way in which processes of inclusion or exclusion operate and are subjectively experienced under given circumstances. It is centrally about our political and personal struggles over the social regulation of 'belonging'" (ibid.). Or, as Ahmed expresses it, "the question of home and being-at-home can only be addressed by considering the question of affect: being-at-home is a matter of how one feels or how one might fail to feel" (2000: 89).

1. More specifically, they are not engaged in transnational projects as Portes and Rumbaut (2001) seek to define them, as simultaneously and intensively building their lives in two separate national spaces. On the contrary, most of the participants with whom I spoke were decidedly building their lives in their European homes, and did not intend to invest in Morocco, neither politically nor economically.

Diasporic strangeness

Ahmed's double-sided nature of 'home' encapsulates the problematic of diasporic 'return'. As much as diasporic attachment implies closeness and connection to a diasporic centre, it also implies a necessary distance. Dispersal from any locality leaves behind spaces that continue on their own trajectories, unimpeded by and unconscious of the distant trajectories of other linked spaces (Massey 2005: 123-125). Bringing members of the diasporic community to the diasporic centre creates an intersection of related but distinct spaces, and forces the recognition of difference, or strangeness, along with sameness.

Participants in the present study attest their awareness of what is here called diasporic strangeness in their relations with other Moroccans during the holiday. They acknowledge that they themselves are recognized as 'strange', in the sense of non-local or foreign, often relating that they are not 'accepted' in Europe, but nor are they 'accepted' in Morocco. The nature of this non-acceptance is vague, but one example is in the shopping they carry out in Morocco: post-migrant generation Moroccans complain that they are quoted higher prices than locals, being immediately recognized simply by their bodies and movement as being from 'outside'.

Thus, diasporic is not only used in reference to deep, rooted connection; the fact of making a diaspora, of moving away from the place of origin to create a community, necessitates a measure of strangeness along with familiarity. As Ahmed describes, "the experience of leaving home in migration is hence always about the failure of memory to make sense of the place one comes to inhabit, a failure that is experienced in the discomfort of inhabiting a migrant body, a body that feels out of place" (2000: 91). Much research describes this sense of a migrant body 'out of place' from the perspective of the European home (Crul and Vermeulen 2003; Gaudier and Hermans 1991; Lacoste-Dujardin 1992; Lepoutre 1997; Taïeb 1998; Tribalat 1995). In leaving a European home to inhabit Morocco during the summer, the migrant bodies of diasporic visitors continue to be in some measure 'out of place'. It is this strangeness that connects diasporic visitors with a touristic perspective, in that visiting the 'homeland', however connected to it they might be, always involves a displacement.

Diasporic tourism

Tourism and 'the tourist' have been constructed along different lines of central logic, but with a uniting thread: that by bringing individuals into closer proximity, the act of travelling in order to experience another place generates a social distance between the travellers and the 'locals'. This distanciation has been analysed as a configuration of authenticity (MacCannell 1973), as an enactment of gaze (Urry 1990; Crang 1997) reflecting modern separations between work and leisure, and as the performance of host and guest relations on a grander scale of consumption (Smith 1977). Whereas potential tourists enact gazes and perceptions of Others amongst themselves in their own homes, in proximity their perspectives become actualised and operationalised. Tourists expect to find spaces that reflect the images and representations that drew them to visit a place, both in physical demeanour and in their exchanges with 'locals'; 'locals' expect various kinds of tourists to follow scripted performances (Coleman and Crang 2002) that mark them as strangers and constitute their experience of the place. To be a 'tourist' requires a

certain amount of detachment from the destination; to 'consume' a place implies a lack of intimate knowledge of it.

Within tourism studies, the roles of 'hosts' or the local community has become increasingly recognised to not be a passive one. Where once tourism was seen as a force that participates in 'freezing' cultural identities into packageable entities (Ateljevic and Doorne 2003; Shepherd 2002; Meethan 2001) and training tourism workers to produce their interactions for the consuming public (Hochschild 1983), more recent approaches recognise the participation of locals in the process of producing culture for tourists, and the ways in which that process becomes a kind of cultural development in itself. "Scrupulous studies have suggested that while tourism does very often produce undesirable effects, it is not enough to see that 'cultural changes arising from tourism are produced by the intrusion of a superior sociocultural system in a supposedly weaker receiving milieu' (Picard, 1996:108). Touristic culture is more than the physical travel, it is the preparation of people to see other places as objects of tourism, and the preparation of those people and places to be seen" (Franklin and Crang 2001: 10).

This phenomenon is particularly apparent in a place like Morocco, where tourism practices adhere to models of 'third world' or 'ethnic' tourism (Van den Berghe 1994; Berriane 1999). There and in similar locations, tourist visitors are most often from higher income countries, and their expectations of the place include a certain amount of exoticism and Otherness (Minca and Oakes 2006) mixed with leisure consumption (Crouch 1999) at a lower price than can be found at home. This characterisation, at least in the case of Morocco, is not random: the first French Protectorate governor, Lyautey, reputedly began development of Marrakech (and other cities) in the early 20th century as exotic luxury leisure resorts for French visitors (Stafford and Bélanger 1996: 33). It has been reinforced by literary and artistic images that perpetuate Orientalist ideologies about Morocco (Bertolucci 1990; Bowles 1949). Such images often encourage tourists to collect experiences of a place that are stereotypical, seen to be essential stock of cultural capital gathered to prove that one has correctly 'done' the place. Diasporic visitors are not immune to these images, nor to the pursuit of collecting experiences of the place. Yet their innate relationship with the place is not the same detached stance as the archetypal tourist, which gives the acts of 'collecting' and consuming a different timbre.

VFR consumption

Studies in Visiting Friends and Relatives (VFR) tourism, often in the context of links between migration and tourism, explore the practices and impacts of those who are grouped outside of the classic 'tourist' who undertake the voyage in the context of visiting a familiar person or persons as well as the place (Hall and Williams 2002; Coles and Timothy 2004; Hollinshead 2004). Often, the focus of recent research in this genre is on how to characterize the motivations of VFR tourists (Feng and Page 2000), or on the migrant generation themselves, and the complexities of undertaking a temporary return in which material and emotional relationships with members of the home community have changed as a result of migration (Duval 2003; Asiedu 2005). Although these studies inform the current research, it is safe to infer that post-migrant generations have a much different experience of visiting 'home' than that of their parents, having little experience in that place as a place of residence.

The work that has the most potential for comparison to the present research is that of Ali and Holden (2006), who investigated ‘first’ and ‘second’ generation British Pakistanis’ discourse and practices about visiting Pakistan. Their research is framed by the ‘myth of return’ of migrant communities, along with the sense of nostalgia that the migrant generation generally feels for ‘home’ and attempts to pass on to future generations by giving them an experience of the place through visiting.

Through interviews with numerous families based in Luton, UK, Ali and Holden (2006) investigate primarily tropes of being and belonging in the Pakistani community linked with the ‘return’ trip. Their line of questioning reflects a dichotomy of ‘being’ Pakistani or ‘being’ British, including questions like ‘Where is home?’ and ‘What are you?’ They frame the ‘return’ trip as a primary socialisation device (2006: 222), something learned in the home that would then likely be repeated in adulthood. In their conclusions, however, Ali and Holden find that the ‘second’ generation perform the holiday out of a sense of duty to their parents (2006: 237), while parents “agonise over a loss of the Pakistani-ness within them” (2006: 239).

Some contend that these visits are a means of cementing family links and increasing social capital with reference to family (Duval 2004a; Duval 2004b; Nguyen and King 2004). Family interactions can be a focal point of the visit, but many of the activities engaged in are not exclusively family-oriented (Feng and Page 2000). Research shows that visiting migrants are also consumers, and in particular ways that may differ from other tourists, but adhere to a touristic logic of consumption of leisure spaces, cultural spaces and other non-essential purchases (Duval 2003). The post-migrant generation’s consumption habits while on holiday at ‘home’ are still a mystery, as none of the available research is concerned with first-hand experiences of the ‘second’ generation.

Prior research framed by the dynamic of VFR tourism would therefore suggest that these visits home integrate a desire for connection to the diasporic centre by enacting ‘being’ part of that community through reviving relationships with family members. There are indications as well that VFR tourists are also ‘tourists’, in that they are interested in visiting and experiencing some of the more typical kinds of touristic consumption spaces available in the community. The post-migrant generations, however, are not expected to be motivated necessarily by their own desire to reconnect with family or with an ethnic identity, instead performing these visits out of a sense of familial obligation.

Constituting a Moroccan diasporic visitor

The analyses presented here are based on an ethnography of the space (Massey 2005) of a summer holiday, in which the visitors and the visited are from the same ethnic origin but different social, linguistic and economic backgrounds stretched across diasporic space. Specifically, it concerns Dutch, Belgian and French persons from families where both parents migrated from Morocco during the ‘guestworker’ labour migration period (1963-1974) and during the subsequent family reunion period, and who themselves were born in Europe or migrated before beginning school at age four, and who are now adults. The size of the total population is difficult to estimate, given conflicting state-based methods of attribution of national identity in census data, but is in the range of 800 000 to 1,5 million people².

Approximately 130 individuals contributed to this study at different levels of participation. Most participants were found randomly by approaching individuals on the

street in Morocco during summer holiday periods with a survey questionnaire. Those who indicated further willingness to participate were contacted to be interviewees or permitted me to join them during their holidays as a participant observer. Periods of participant observation ranged from an hour spent shopping to a week in the family home or sharing a hotel room. Other participants were incorporated through personal contacts and snowball sampling within an extended family.

Data for this ethnography comes from a number of sources, both within Morocco and within Europe. Following Katz's (1999) analyses of emotion in context and other work in ethnomethodology (Garfinkel 1984, Clayman and Maynard 1994) and conversation analysis (Sacks 1998), situation and context are considered of primary importance in analysing moments of data collection. Narratives of experience on the holiday, for example, are not isolated from the context or events which prompted their recitation, whether at 'home' in Europe in a traditional semi-structured interview setting or at 'home' in Morocco in an 'ethnographic interview' setting. As Katz describes it, priority is given to 'naturally occurring' data, which is observed ethnographically in its 'natural' setting by the researcher, because "[w]hen people *generalize* about what they do, much less try to explain *why* they do it, what they say is extremely suspect as anything other than an artifact of the inquiry" (1999: 8, italics original). In the present analysis, priority is given to situations that play out during the holidays as representing the dynamic of diasporic connection as it exists there, and descriptions made at a distance (in Europe) as representing a different aspect of this dynamic, a discourse that occurs in displacement.

In this respect, Katz likewise encourages "tak[ing] subjects' metaphors seriously" (1999: 10), because "At the most fundamental level of emotional experience and conduct, there is no nonmetaphoric, nonfigurative, 'literal' level of reality to address" (*ibid*). Thus, 'home' and 'tourist', as metaphors for ways that post-migrant generation Moroccans from Europe imagine and enact being in Morocco are here presented as two inseparable sides of the same dynamic. Two cases will be described: the first an example of 'home' as it is typically imagined as a visit primarily motivated by seeing family; the second and example of a 'tourist' diasporic visitor, whose primary motivations are not at all linked to the family 'home'.

Being 'at home': Al Hoceima

If there is a 'typical' imagining of a Moroccan family 'return' holiday, then Fatima's family embodies it: they travel every year that they can afford it, in a

-
2. This margin is necessarily large because of systems of categorisation at state levels across different states and different state institutions. For example, the Moroccan government classes all those in possession of Moroccan nationality as Moroccan nationals residing abroad, making no distinction between those who were born outside of Morocco and those who migrated. Even with that consideration, Moroccan nationals may not be counted as such when they cross the border if they choose to pass with a passport from another country and without presenting their national identity card. In Europe, because of the succession of changing regulations regarding the acquisition of nationality, some individuals of Moroccan origin born there are unable to acquire nationality in their country of birth. Because of this compounding of different reporting methods, it is impossible to make a fine distinction between the post-migrant generation and their parents within figures from any of the government institutions involved.
 3. All names of participants are pseudonyms.

minibus packed to the brim with presents and supplies to drive the 2-3 days from their home in the Netherlands, through Belgium, France and finally Spain (where they have never stopped to visit) to the ferry port at Almeria. In the past the wait for a ferry could add another day to the journey, but now things are much more organized and most pass within a few hours. Then the road trip starts anew, to finish the distance between their port of entry along the northern coast to their final destination, the house their father built in Al Hoceima. The house is large enough to accommodate three families, one on each floor; as her father imagined when building it, his own at the top, plus his two sons and their wives and children on the two lower floors.

Once arrived, the women have to clean the house, which has usually been left unoccupied (maybe checked on occasionally by an uncle or friend) for the last eleven months. They settle in, unpacking their food and supplies from the road, reorganising the furniture that was stacked up in storage last summer, announcing to family and friends that they have arrived. From that point on, older children, especially the boys, have freedom to roam their second hometown to meet up with their friends, many of whom make the same journey from the Netherlands to Al Hoceima or a nearby village. The younger children and girls usually stay closer to home, going out with their parents to visit other family, taking care of younger children.

They rarely travel outside of Al Hoceima, unless the purpose is to visit another family member outside the city; they have an uncle in Laarache and an aunt in Fes, but they don't spend time sightseeing in these towns, their parents prefer to stay in the family home. The majority of their travel outside Al Hoceima is to their grandfather's house in the village nearby, but they don't usually sleep there.

It is clear that post-migrant generation diasporic members who go 'home' on holiday do participate in family dynamics and the reinforcement of social capital within the family. Most individuals claimed that 'seeing family' is an important reason to visit Morocco, among other reasons like the opportunity to relax and feel 'at home'. Most participants however did not express a sense of obligation in the same vein that Ali and Holden (2006) found with their interviewees, but this may be linked with the fact that many participants have large extended families that migrated together, meaning that the family remaining to visit in Morocco is more distant. In fact, some participants reported spending time almost exclusively with family members who were also diasporic visitors – effectively relocating their space of interaction from the European home to the Moroccan home.

Families whose relatives continue to live in relatively inaccessible places may choose to build their 'holiday' homes in the nearby city (as is the case with the family described above) in order to take advantage of the available entertainment and increased mobility, spending only a limited time visiting the village. In fact, even when describing a visit 'home' to a place that is linked with the family, the central activities are often 'leisure' activities and not necessarily motivated by building social capital within the family. This is highlighted by a further examination of Fatima's family in Al Hoceima.

Al Hoceima has a very specific routine during the summer: everyone is at the beach during the day, one of the 27 beaches easily reachable by car, and promenading the city streets at night, crowded around Place Mohammed V, which they call

'parki'. From 10 am, men and women meander towards the Playa, the beach in Al Hoceima proper, men wearing swim suits and t-shirts and women in 'marrakshia' (or 'bdaya), brightly colored and loosely covering dresses that are worn as pyjamas and indoor clothing elsewhere in Morocco. Fatima's cousin Karima tells me that Playa is more of a masculine beach, she prefers Sfiha, which is more of a family beach, meaning there are more women with children. Her brother Saïd says he doesn't often go to Playa, because it's a beach where people are posturing, trying to be seen. Spending a day at Playa confirms both of their opinions: I see women walking by in the barest bikinis and sense the male majority in the gazes. The men at the rental counter for jetskis and other equipment estimate about 60% of the beach-goers are Moroccans from outside, mostly Belgium and the Netherlands; the man at the snack stall thinks 40% are from elsewhere.

Standing on the main road, Boulevard Mohammed V, in the evening, watching the traffic moving slower than molasses down the hill, it's easy to count license plates; around 3/4 of them are from outside Morocco, including the Netherlands, Belgium, France, Spain, and a few from Germany. Yet looking out over the crowd in the 'parki' (pronounced by Fatima with a long Dutch 'r'), one would not necessarily spot who is European and who is not. Men are gathered in packs, watching all the women, both those dressed modestly in hijab and those wearing tanktops and daringly short skirts. Neither of these styles necessarily means 'from Morocco' or 'from Europe' but some of the more austere, dressed entirely in black or covered by a more complete, Saudi-style hijab, I am told are probably from northern Netherlands. Fatima says people only go there to pick up someone or to be picked up (male and female roles, respectively), so we don't spend much time there despite the live music stage set up and the milling crowd.

Instead, we go to Espace Miramar, a newly renovated cafe that Fatima's father and uncles frequent so much they call it amongst themselves after her father's last name. Since last summer, the cafe has expanded into a restaurant and grill, with four separate terraced seating spaces and a space for children in addition to the small main building. This expansion has broader significance than the creation of a new consumption space, as it is the only centrally-located cafe where women are also customers. Like other spaces in Hoceima it seems that at least half, if not more of the customers are visitors. Fatima is a little uncertain on our first venture there, since she may see her father and have to explain her presence in a cafe. When we return home to Sidi Abid, a neighborhood consisting primarily of houses built by migrants, she reports having been there to her mother, who is shocked both that there are women there and that Fatima herself went.

Fatima and her siblings and cousins embody a typical family visiting Al Hoceima, based on observations and conversations with others there. They spend their days at the beach or wandering the market, eating lunch with family or friends, occasionally visiting their relatives, but mostly maintaining their holiday routine. Their consumption habits of leisure spaces mark them as both 'at home' and 'tourist': although they are speaking the local dialect, visiting local family members and populating local spaces of consumption, the way they embody these activities is markedly different. Some female diasporic visitors populate cafes which are traditionally a masculine territory. Some female diasporic visitors are seen on the beach wearing bikinis to tan. Tanning in particular is an important

example: generally, the whitest possible skin is desirable in Morocco to the point that women use harmful skin creams to bleach their skin. On the contrary, Moroccan diasporic visitors almost universally seek a deep suntan to prove their summer spent relaxing on a beach. This is a seemingly small distinction, but it reflects the broad distinctions in consumption habits that mark diasporic visitors as ‘tourists’.

Not all post-migrant generation diasporic members choose to continue visiting Morocco into adulthood along with the family. Often this choice is linked to other life-choices, like marrying a non-Moroccan spouse, or the impediment that children add to the prospect of travel over long distances. For the many that still do, it seems that Brah’s notion of the diasporic ‘homing desire’, to return to the sensory familiarity of a ‘home’, influences their decision; they say they need to have their time in Morocco every year, it’s a necessary part of their lives. Yet, the sense of ‘home’ they require is not necessarily linked to a sense of familial attachment or obligation.

On his questionnaire, in response to the question, “Do you want to bring your children back to visit Morocco?”, Saïd chose yes. His reply confuses me: from the week I’ve spent in his family home, mostly with his sister, he doesn’t seem to spend much time in the actual house. It’s normal that he disappears around 11 am, only to be found again the next morning asleep in his room. He eats no meals at home, even eating out for breakfast every day for the week I am there, while his sisters and I are regularly at home for lunch. I get the sense that he spends almost every day at one of the beaches, hanging out with friends and cousins who have independent transportation.

I ask him, in the five minutes he is willing to sit for an interview, what he imagines the visits with his children would be like. He replies that he wants to show them his experience of Morocco, adding that Hoceima is getting better and better, and it’s important for his (eventual) children to know where they come from.

Inferring from Saïd’s answer and his habits while there, his impression of Al Hoceima as ‘getting better and better’ seems to be necessarily linked to the openness and diversity of things to do in the city. Saïd went on his first independent road trip with some of his cousins shortly after this conversation occurred, in the direction of Nador. His cousin Karima joined students from her university on a group holiday in Marrakech the following summer. Although they continue to visit ‘home’, their conceptualisation of the diasporic centre of Morocco changes with each expansion of their visits there, from the family house to other spaces within the territory of Morocco.

Being a ‘tourist’: Marrakech

We are sitting on the upper floor of a café in Marrakech. The view down the street is the Koutoubia minaret; from this height it is the most visible thing. The awnings that block the sun also seem to trap the heat, making it feel stuffy at head-level and cool on the ground. We came up for a coffee around 12:30 pm after meeting Samira’s cousin Abdelhafid in front of the mosque. Samira and her American friend Julie drink mint tea, Abdelhafid and I have coffee.

There is no common language for all four of us, so Samira is mostly conversing with her cousin, who she hasn’t seen for some time, in Moroccan Arabic. He is

passing through Marrakech on his way back to her parent's home, a small town in the Sahara where I first met her sister a year previously. Samira was there as well last year, but has not been since; she has been back to Morocco twice since last summer, both times to Marrakech with friends.

At one point Abdelhafid asks: "Tell me, what is it that you like so much about Marrakech?"

Samira pauses, then replies: "The sun. And the souk, the things they have here".

Abdelhafid questions again: "But we have those things in (our town), what's the difference between there and Marrakech?"

I interject: "The airport".

Samira continues: "If I only have one week of vacation, I prefer to come here. I can relax. If I go to (our town) I have to travel for 2 days and the time is too short".

Samira gave me approximately the same reasons for not visiting her parental home in Morocco when I asked her a similar question a few days previously. Understandably so: the quickest way to arrive to her town is by an overnight, 12-hour bus ride that traverses some of the highest mountains in Morocco. On this particular trip, she invited two colleagues from work to accompany her in Marrakech, where she spent 10 days dividing her time between shopping, sunbathing, beautifying, visiting cultural sites, taking daytrips to Essaouira and the mountains, dining in a few unknown restaurants and spending a night out for her birthday. She also saw her sister and her husband, and their six year old daughter, who come so often to the same package tour hotel that the staff gave them a plate of cookies and a basket of fruit this time as a welcome present.

Yet her cousin's question is a valid one: why not spend 8 of her 10 days on holiday seeing her family in the hard-to-reach desert place rather than spending them in Marrakech with colleagues, friends, and a sister she sees much more often in France?

Whereas their parents may not voyage to other places in Morocco outside of the region to which they 'return', some post-migrant generation diasporic visitors report extensive travels within Morocco, often citing a pressure to 'know their own country' as much as other European tourists know it. These travels, like those of Samira and her sister, sometimes consist of plane voyages to cities far distant from their families in Morocco to spend a week enjoying themselves without any familial contact. In some sense, these visits are also an enactment of being 'at home' in Morocco, despite the lack of familial contact. Other places in Morocco outside the family home retain the feeling of being in a familiar place, but with increased opportunities for touristic forms of leisure consumption.

Most often the city of choice is Marrakech; notably, almost 80% of survey questionnaire respondents listed Marrakech either as a city they have visited or one they would like to visit. As the most touristed city in Morocco, it is not surprising that diasporic visitors, who are subject to the same advertising and orientalist imagery as their non-diasporic community members in Europe, would also want to experience a city that is quintessentially identified with Morocco.

What is more striking is that some, like Samira and her sister, make repeated trips to Marrakech, either alongside their visits to family homes or in lieu of such visits. Two different couples encountered during the data collection took their week long holiday in Marrakech without visiting family members who were less than 3 hours distant by car, stating their desire to relax and rest without family. They plan separate trips to family

homes, saving some of their vacation days for the end of Ramadan. One Moroccan-Algerian couple from France chose Marrakech for their week of holiday because they found the deal on a last-minute travel website.

Many of those who are Marrakech regulars cite similar reasons for their attraction as non-diasporic tourists. Like Samira, they seek the sun, primarily to tan by a pool for a week; they enjoy the busy activity in the medina as well as the cafes and restaurants of the more modern half of central Marrakech, Gueliz. The ease of travel and proximity is another factor, with many direct, low-cost flights from different cities in France⁴. Regular visitors also build relationships with the individuals they encounter there. Samira has a trusted vendor of leather bags, from whom she buys repeatedly and to whom she brings her friends and previous purchases that need repair. Another woman returns to the same salon in Gueliz on every visit to have her hair colored and straightened, citing the price difference between these services in Europe and in Morocco as a bargain she counts on during her visit. The proximity, low cost, and attraction of the tourist environment may be a significant difference between these Moroccan diasporic experiences and those relayed by Ali and Holden (2006) with regard to Pakistani diasporic visitors.

In these examples, diasporic visitors are much more aligned with tourists. They may have a sense of belonging through their repeated visits, becoming familiar with certain spaces and individuals, but their familiarity emerges almost exclusively in a contexts of consumption. They do not seem to build lasting friendships with local residents, apart from those they encounter through their leisure consumption of hotels, cafes, markets and beauty spas. In some sense, they encounter Marrakech purely as tourists: they experience the *dépaysement*, or the exoticness of a non-diasporic tourist in their consumption of everything in Marrakech that is unlike their hometowns.

Yet they use their Moroccan identities as well, particularly in interactions with other Moroccans. Samira, for example, when asked where she comes from will always reply that she is *saharaouia*, from the Sahara. As diasporic tourists, they often speak in Moroccan Arabic, or other local languages (when possible), using their local language skills to bargain for prices. They argue with vendors who give them the 'tourist' price, claiming that they 'know the prices'. They complain about the expensiveness of Marrakech, where prices are known to be much higher than elsewhere in Morocco. Despite these complaints, they continue to return, putting value on the experience they have there above the price differences in comparison to their hometowns. Truthfully, Marrakech offers a much broader variety of entertainment and amusement than other places in Morocco; it is little wonder they choose to visit.

Conclusion: 'tourist' at 'home'

The experiences recounted here form a sharp contrast to those of Pakistani post-migrant generation individuals in Ali and Holden's study, in that visits are enacted with less of a sense of obligation than with a sense of pleasure. Equally, the trips these diasporic visitors take are not at all limited to family interactions. Instead, they follow much more closely than anticipated a dynamic of touristic experience of Morocco, taking advantage

4. There are many fewer cheap options to visit from Belgium or the Netherlands, however, which may account for the significantly lower numbers of diasporic tourists from these places during data acquisition.

of the leisure activities that bring most visitors and that, effectively, keep the diaspora coming back.

“Home is implicitly constructed as a purified space of belonging in which the subject is too comfortable to question the limits or borders of her or his experience, indeed, where the subject is so at ease that she or he does not think” (Ahmed 2000: 87). Arguably, this attribution of ‘home’ applies equally to familial homes as to moments when post-migrant diasporic visitors are touring elsewhere: a main attraction of Morocco is the comfortability of the surroundings, the deep understanding of systems and modes of living in place. Although the activities visitors chose to engage in were much more likely to be motivated by leisure consumption than by the family, they were nevertheless a means of participating in the ‘return home’ to Morocco. The desire for return, however, usually stops short at the idea of permanently settling there. As one participant said, “Morocco is a great country. But only for holidays”⁵.

References cited

- AHMED, Sara, 2000. *Strange Encounters: Embodied Others in Post-Coloniality*. London: Routledge.
- ALI, Nazia and Andrew HOLDEN, 2006. “Post-Colonial Pakistani Mobilities: The Embodiment of the ‘Myth of Return’ in Tourism”, *Mobilities*, 1 (2), pp. 217-242.
- ANTHIAS, Floya, 1998. “Evaluating ‘Diaspora’: Beyond Ethnicity?”, *Sociology*, 32 (3), pp. 557-580.
- ASIEDU, Alex, 2005. “Some Benefits of Migrants’ Return Visits to Ghana”, *Population, Space and Place*, 11, pp. 1-11.
- ATELJEVIC, Irena, and Stephen DOORNE, 2003. “Culture, Economy and Tourism Commodities”, *Tourist Studies*, 3 (2), pp. 123-141.
- BERRIANE, Mohamed, 1999. “Tourism, Culture and Development in the Arab Region: Supporting Culture to develop Tourism, Developing Tourism to Support Culture”, Paris: Unesco. <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001183/118316eo.pdf>
- BERTOLUCCI, Bernardo, 1990. *The Sheltering Sky*, Warner Brothers, 138 min.
- BOWLES, Paul, 1949. *The Sheltering Sky*. Hopewell, NJ: Ecco Press.
- BRAH, Avtar, 1996. *Cartographies of Diaspora: Contesting Identities*. London: Routledge.
- CLAYMAN, Steven E. and Douglas W. MAYNARD, 1994. “Ethnomethodology and Conversation Analysis”, in Paul ten Have and George Psathas (eds), *Situated Order: Studies in the Social Organization of Talk and Embodied Activities*, pp. 1-30. Washington D.C, Lanham, MD: International Institute for Ethnomethodology and Conversation Analysis, University Press of America.
- COHEN, Robin, 1997. *Global Diasporas*. London: UCL Press.
- COLEMAN, Simon and Mike CRANG (eds), 2002. *Tourism: Between Place and Performance*. New York: Berghan Books.
- COLES, Tim E. and Dallen J. TIMOTHY (eds), 2004. *Tourism, Diasporas and Space*. London, New York: Routledge.
- CRANG, Phillip, 1997. “Performing the Tourist Product”, in Chris Rojek and John Urry (eds), *Touring Cultures*, pp. 137-154. London, New York: Routledge.
- CROUCH, David (ed.), 1999. *Leisure/Tourism Geographies: Practices and Geographical Knowledge*. London: Routledge.

5. « Le Maroc c’est un très beau pays. Mais que pour les vacances ».

- CRUL, Maurice and Hans VERMEULEN, 2003. "The Future of the Second Generation: the Integration of Migrant Youth in six European Countries", *International Migration Review*, 37 (4), pp. 965-986.
- DUVAL, David Timothy,
2003. "When Hosts become Guests: Return Visits and Diasporic Identities in a Commonwealth Eastern Caribbean community", *Current Issues in Tourism*, 6 (4), pp. 267-308.
2004a. "Conceptualizing Return Visits: A Transnational Perspective", in Tim Edward Coles and Dallen J. Timothy (eds), *Tourism, Diasporas and Space*, pp. 50-61. London, New York: Routledge.
2004b. "Linking Return Visits and Return Migration Among Commonwealth Eastern Caribbean Migrants in Toronto", *Global Networks*, 4 (1), pp. 51-67.
- FENG, Kathy and Stephen J. PAGE, 2000. "An Exploratory Study of the Tourism Migration-Immigration Nexus: Travel experiences of Chinese residents in New Zealand", *Current Issues in Tourism*, 3 (3), pp. 246-281.
- FRANKLIN, Adrian and Mike CRANG, 2001. "The Trouble with Tourism and Travel Theory?", *Tourist Studies*, 1 (1), pp. 5-22.
- GARFINKEL, Harold, 1984 [1967]. *Studies in ethnomethodology*. Cambridge, UK: Polity Press.
- GAUDIER, Jean-Pierre and Philippe HERMANS (1991). *Des Belges marocains : Parler à l'immigré – Parler de l'immigré*. Bruxelles : De Boeck.
- GILROY, Paul, 1993. *The Black Atlantic: Modernity and Double Consciousness*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- HALL, C. Michael and Allan M. WILLIAMS, (eds), 2002. *Tourism and Migration: New Relationships between Production and Consumption*. Dordrecht, Boston, London: Kluwer Academic Publishers.
- HOCHSCHILD, Arlie Russell, 1983. *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. Berkeley: University of California Press.
- HOLLINSHEAD, Keith, 2004. "Tourism and Third Space Populations: The Restless Motion of Diaspora Peoples", in Tim E. Coles and Dallen J. Timothy (eds), *Tourism, Diasporas and Space*, pp. 50-61. London, New York: Routledge.
- KATZ, Jack, 1999. *How Emotions Work*. Chicago, London: University of Chicago Press.
- KIRSHENBLATT-GIMBLETT, Barbara, 1998. *Destination Culture: Tourism, Museums, and Heritage*. Berkeley: University of California Press.
- LACOSTE-DUIJARDIN, Camille, 1992. *Yasmina et les autres de Nanterre et d'ailleurs : filles de parents maghrébins en France*. Paris : La Découverte.
- LEPOUTRE, David, 1997. *Cœur de banlieue : codes, rites et langages*. Paris : Odile Jacob.
- MACCANNELL, Dean, 1973. "Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings", *The American Journal of Sociology*, 79 (3), pp. 589-603.
- MASSEY, Doreen B, 2005. *For space*. London: Sage.
- MAVROUDI, Elizabeth, 2007. "Diaspora as Process: (De)Constructing Boundaries", *Geography Compass*, 1 (4), pp. 467-479.
- MEETHAN, Kevin, 2001. *Tourism in Global Society: Place, Culture, Consumption*. New York: Palgrave.
- MINCA, Claudio and Timothy OAKES, (eds), 2006. *Travels in Paradox: Remapping Tourism*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- NGUYEN, Thu-Huong, and Brian KING. 2004. "The culture of Tourism in the Diaspora: The Case of the Vietnamese Community in Australia", in Tim Coles and Dallen J Timothy (eds), *Tourism, Diasporas and Space*. London, New York: Routledge, pp. 172-187.
- PICARD, Michel, 1996. Bali. *Cultural Tourism and Touristic Culture*. Singapore: Archipelago Press.

- PORTES, Alejandro and Rubén RUMBAUT, 2001. *Legacies: The Story of the Immigrant Second Generation*. Berkeley, New York: University of California Press, Russell Sage Foundation.
- ROJEK, Chris and John URRY, 1997. *Touring Cultures*. London, New York: Routledge.
- SACKS, Harvey, 1998. *Lectures on Conversation: Volumes I & II*. Gail Jefferson, ed., Oxford and Cambridge USA: Blackwell.
- SCHNAPPER, Dominique, 1999. "From Nation-State to the Transnational World: On the Meaning and Usefulness of Diaspora as a Concept", *Diaspora*, 8 (3), pp. 225-255.
- SHEPHERD, Robert, 2002. "Commodification, Culture and Tourism", *Tourist Studies*, 2 (2), pp. 183-201.
- SHUVAL, Judith T, 2000. "Diaspora Migration: Definitional Ambiguities and a Theoretical Paradigm", *International Migration*, 38 (5), pp. 41-57.
- SMITH, Valene, (ed.), 1977. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- STAFFORD, Jean et Charles-Etienne Sarrasin BÉLANGER, 1996. *Développement et tourisme au Maroc*. Montréal : L'Harmattan.
- TAÏEB, Eric, 1998. *Immigrés : l'effet générations*. Paris: Les Éditions de l'Atelier/Les Éditions Ouvrières.
- TÖLÖYAN, Khachig, 1996. "Rethinking Diaspora(s): Stateless Power in the Transnational Moment" *Diaspora*, 5 (1), pp. 3-37.
- TRIBALAT, Michèle, 1995. *Faire France : une grande enquête sur les immigrés et leurs enfants*. Paris : Éditions La Découverte.
- URRY, John, 1990. *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage.
- VAN DEN BERGHE, Pierre L., 1994. *The Quest for the Other: Ethnic Tourism in San Cristobal, Mexico*. Seattle: University of Washington Press.
- WERBNER, Pnina, 2002. "The Place which is Diaspora: Citizenship, Religion and Gender in the Making of Chaordic Transnationalism", *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 28 (1), pp. 119-133.

2. L'Autre touriste

“Enough stories!”

Asian tourism redefining the roles of Asian tour guides¹

Noel B. SALAZAR

Résumé : *Aujourd'hui, les guides touristiques sont des acteurs-clés dans la médiation des tensions entre les processus de localisation et de globalisation. En se basant sur une recherche de terrain menée à Yogyakarta, en Indonésie, cet article montre comment les guides javanais adaptent leurs pratiques pour servir au mieux leurs clients asiatiques. À travers un examen anthropologique du secteur touristique de Yogyakarta en général, et de l'activité des guides touristiques en particulier, cet article illustre comment l'augmentation du nombre de touristes d'origine asiatique redéfinit les rôles habituellement dévolus aux guides selon la littérature scientifique. Les données empiriques montrent que, parallèlement aux réorientations de leurs routines que les guides javanais mettent en place pour s'adapter à ce qu'ils perçoivent comme les intérêts et les sensibilités asiatiques, des dynamiques structurelles plus larges contribuent aussi à façonner leurs rencontres avec les touristes asiatiques. Ces différents points réaffirment finalement que le tourisme d'origine asiatique façonne, mais est aussi façonné par les modèles, les discours et les imaginaires dominants du tourisme international.*

Mots-clés : anthropologie du tourisme, ethnographie, guide touristique, touristes asiatiques, Indonésie.

Abstract: *Nowadays, local tour guides are key players in mediating tensions between concurrent processes of localization and globalization. Drawing on fieldwork in Yogyakarta, Indonesia, this paper explores how Javanese guides adapt their practices to better serve and please Asian clients. By way of an anthropological examination of Yogyakarta's tourism sector in general and the guiding scene in particular, the paper illustrates how the surge in tourists of Asian origin is redefining the roles commonly assigned to guides in the scientific literature. The empirical data illustrate that while the Javanese guides are fine-tuning their routines to accommodate what they perceive as Asian cultural sensibilities and interests, broader structural dynamics frame the encounter. This reaffirms that tourism of Asian origin is both shaped by and shaping the currently dominant models, discourses, and imaginaries of international tourism.*

Key words: anthropology of tourism, ethnography, local tour guiding, Asian tourists, Indonesia.

1. This article is based on research supported by the National Science Foundation under Grant n° BCS-0514129, and additional funding from the School of Arts and Sciences, University of Pennsylvania (USA). The fieldwork in Indonesia was conducted under the auspices of the Indonesian Institute of Sciences (LIPI Research Permit n° 8093/SU/KS/2005) and kindly sponsored by Gadjah Mada University. An earlier version was presented at the International Conference “Of Asian origin: Rethinking Tourism in Contemporary Asia”, Asia Research Institute, National University of Singapore, 7-9 September 2006. The author is most grateful to his colleagues of the Tourism Studies Centre at Gadjah Mada University for their useful comments and support.

If we accept the commonly heard prediction that tourism and travel will be one of the most important economic sectors of the 21st century, the Asian continent will play a dominant role in this development. The market share of Asia in global tourism has dramatically increased over the last few decades, reflecting a remarkable overall economic growth (UNWTO 2007). The emergence of a rising Asian middle class (in countries like China, India, and South Korea) that can afford intraregional travel is quickly turning the region into one of the most attractive tourist markets. As a result, Asian tourism hot spots, like destinations elsewhere in the world, are competing to obtain their piece of the lucrative Asian tourist pie (Winter *et al.* 2008). Singapore, Hong Kong, and Thailand are already strongly positioned, China is the fastest rising star, and competition is high in Malaysia, Indochina (Vietnam, Cambodia, and Laos), South Korea, the Philippines, and Indonesia. By way of a case study, this paper examines how tourism in Yogyakarta, Indonesia, has been opening up to Asian tourists and how local tour guides have adapted their practices to fit what they perceive to be the interests and expectations of these clients².

Yogyakarta, cultural capital and progressive pacesetter

Yogyakarta is the name of one of Indonesia's 33 provinces and its capital city, situated in central Java. This cradle of Javanese culture was the Republic of Indonesia's first revolutionary capital. Nowadays, many Indonesians see Yogyakarta as a quiet provincial town, economically marked by small-scale enterprises, cottage industries, and self-employed individuals. At the beginning of the new millennium, "Jogja" was introduced as a brand name to market the region, since the letter *Y* was believed to be a more difficult alphabetical start for international audiences. The contraction also appears in "Jogja, never ending Asia", the catchphrase used by both the provincial government and the private sector to lure investors, traders, and tourists to the area. Alongside the fact that the Sultan's Palace and its revered inhabitants still symbolize the power of traditional Javanese life, the city has become the country's pacesetter for the progressive and the populist, home to one of the most active contemporary art scenes and a major national centre of higher education. Jogja also shows obvious signs of rapid globalization: transnational supermarket chains, global brand name department stores, luxurious shopping malls, international restaurants, transnational fast-food eateries, star-rated chain hotels, etc. Expanding interconnections have not only helped to detail a vision of the world at large, they have reciprocally promoted an awareness of Yogyakarta as nested within the nexus

2. The research described in this paper is part of a larger multi-sited study of guiding discourses and practices (Salazar 2005, 2007, 2008a). The methodology used involves extensive ethnographic fieldwork, including participant observation of guided tours and in-depth interviewing of tour guides as well as collecting emic insights from the local tour guide community. Additional short semi-structured interviews were conducted with other service providers, key players in local tourism, and tourists. All primary qualitative data (field notes, interviews, and audio recordings of guided tours) were coded and interpreted with the help of Atlas.ti, a popular software package for visual qualitative data analysis. Background literature research was undertaken in the libraries of Gadjah Mada University, Sanata Dharma University, and the Stuppa Indonesia Foundation for Tourism Research and Development.

of places. Locals look up to neighbouring Singapore, for instance, as the perfect Asian example of a modern cosmopolitan city and shopper's paradise³.

Although processes of globalization and modernization are unmistakably present in many domains of daily life in Jogja, the current tourism discourse, as uttered by the local government, by travel agencies, and by tour guides, is all about the region's cultural heritage sites and traditional arts and crafts, performed or produced in the city or in its vicinity (Salazar 2005). Jogja has been receiving sizeable numbers of international tourists for over thirty years. It became a mass destination in the 1980s and, according to statistics of international arrivals, it is currently the third most visited destination in Indonesia, after Bali and Jakarta⁴. Under General Suharto's New Order regime (1967-1998), Jogja was promoted as "the cultural heart of Java" (or even Indonesia) and an ideal destination for both domestic and international visitors (Dahles 2001). Apart from the historical city centre around the Sultan's Palace, the most important attractions include the eighth century Buddhist monument of Borobudur and the ninth century Hindu temple complex in Prambanan (both recognized as UNESCO World Heritage sites in 1991). Foreign visitors used to come mainly from Europe (Germany, the Netherlands, and France) and Japan. However, there are potential Asian markets developing in Singapore, Malaysia, South Korea, China, and maybe India (see Table 1).

It is important to note that the statistics in Table 1 not only reflect the changing numbers of Asian and Western tourism but also larger geo-political developments. Over the last ten years, international tourism to the region has been hit hard, often by events that did not occur in Jogja itself but affected the province in indirect ways. There was Indonesia's 1997 economic crisis and the ensuing 1998 political turmoil, the Bali bomb blasts of 2002 and 2005, the 2003 Marriott Hotel and 2004 Australian Embassy bombs in Jakarta, the Asian outbreak of SARS (Severe Acute Respiratory Syndrome) in 2003, and the tsunamis in Aceh (2004) and Pangandaran, West Java (2006). In addition, there were social disturbances in Jakarta and outer Indonesian islands (e.g. Aceh, Maluku, Sulawesi, and Papua) at various points in time. All of this led countries such as the USA, the UK, and Australia to issue repeated travel warnings against non-essential travel to the whole of Indonesia. The global "War on Terror", which started after 9/11 and intensified during the war in Iraq, only adds to the negative image because Western tourists more and more perceive Indonesia, the country with the world's largest Muslim population, as dangerous and to be avoided. On top of all this, there is the pending danger of a bird flu pandemic.

-
3. Singaporeans themselves look up to New York and Paris as the most successful global examples of cosmopolitan cities. Singapore therefore brands itself as "The New York of the East" or the "Paris of Asia". While for most Indonesians New York or Paris are too far and too expensive to visit, nearby Singapore and Kuala Lumpur (Malaysia) function as worthy Southeast-Asian substitutes. Weekly flights from Jogja to these regional hubs facilitate the constant circulation of global commodities, ideas, and people to and from the city.
 4. International arrival statistics, collected at airports and other ports of entry, do not only comprise tourists, but all people using tourist visas. In the case of Indonesia, international flight connections force many people to land in Jakarta. However, most tourists who do not need to be in the capital for any particular reason leave the metropolis as soon as they can, making Jogja the country's second most important tourist destination. Since the majority of international tourists visiting Jogja arrive via road or on domestic flights from Jakarta or Bali, it is hard to calculate their exact numbers.

Table 1: Number of foreign visitor arrivals to Indonesia

Country/ Region	2002	2003	2004	2005	2006
<i>Up</i>					
ASEAN*	2 085 736	2 083 320	2 431 154	2 174 006	2 328 345
South Korea	210 581	201 741	228 408	251 971	295 514
China	36 685	40 870	50 856	112 164	147 245
India	35 063	29 895	36 169	36 679	54 346
<i>Down</i>					
Europe**	833 004	605 904	720 706	798 408	730 398
Japan	620 722	463 088	615 720	517 879	419 213
Taiwan	400 334	381 877	384 226	247 037	236 384
Australia	346 245	268 538	406 389	391 862	226 981
America	222 052	175 546	209 779	209 511	184 525

* Mainly Singapore and Malaysia, and to a lesser extent the Philippines and Thailand.

** In order of importance: Germany, United Kingdom, the Netherlands, and France.

(Source : PBS-Statistics Indonesia).

The repeated eruptions of the Merapi volcano, the 2006 earthquake (severely damaging the Prambanan complex and other minor heritage sites), and a spectacular plane crash in 2007 at Adisucipto International Airport (leading EU authorities to ban all 51 Indonesian airlines from entering European skies) have made the circle of negativity surrounding Jogja complete.

While Asians are as afraid of epidemics and natural disasters as Westerners are, they do not have to deal with the questionable practice of travel advisories and seem less receptive to the Western-led anti-terrorist rhetoric. China, Japan, South Korea, and the ASEAN countries, for example, have urged other governments to avoid the use of travel bans. On the contrary, many Asian tourists are rather nervous of travelling to Western countries where security measures have dramatically increased and new visa constraints have been implemented. This situation has facilitated the promotion of shorter haul trips to less expensive intraregional destinations within Asia itself (Winter *et al.* 2008)⁵. One of the reasons tourism in Bali recovered faster than expected after the 2002 bombings, for instance, was the relaxed reaction by visitors from Japan and Taiwan who greedily accepted the heavily discounted flights and hotel room rates. These developments, together with the fact that there is a growing population of middle-class Asians who can afford to travel abroad (Pinches 1999; Robison and Goodman 1996), prompted the Indonesian authorities to consider boosting tourism promotion within Asia.

The focus on Asian markets definitely makes sense for Jogja, because the region has long-standing cultural and religious ties with many parts of the continent. It has assimilated Hindu, Buddhist, Confucian, Islamic, as well as Christian influences into a syncretic Javanese culture. While the eyes of many local entrepreneurs remain turned to the West, others are increasingly turning towards Asia. However, the growing presence of Asian tourists poses many challenges for Jogja's tourism service providers. Interestingly, this is not because tourism of Asian origin is a newer phenomenon. Actually, Asian tourists (especially Japanese) arrived in Jogja as early as Western visitors did. In the past, however, tourism consultants from Western-dominated international organizations such as the World Bank, ICOMOS, and UNESCO have tended to focus exclusively on the development of Western markets, and tourism personnel were originally trained to serve Western clients. Because of space restrictions, the analysis below is limited to a case study of the interaction between local tour guides and non-domestic Asian tourists in Jogja⁶. Situating this encounter in a broader context helps to understand why Jogja's guides tend to value Asian tourists rather negatively. Since Japanese are by far the largest group of Asian origin, the focus is on their encounters with guides. However, before presenting these data, I briefly review and problematize the existing literature on tour guide roles.

5. An important development in this respect is the ASEAN Framework Agreement on Visa Exemption, allowing ASEAN nationals to travel within the region without visa for a period of two weeks.

6. A discussion of domestic tourism in Jogja would lead to an entirely different set of issues, as has been described in detail elsewhere (Dahles 2001).

A pocket guide to guiding

Based on a dramaturgical metaphor, the term *role* refers to a collection of culturally defined attributes and expectations associated with social positions that guide and direct a person's behaviour in a given setting. While a role (or social persona) is the typical behaviour and attitude of a person in a particular position, one can usually expect some discrepancy between the typical and the actual behaviour. In the context of tourism studies, the role concept is related to those approaches that conceptualize tourism as a performance, a mutually negotiated relationship between producers and consumers (Coleman and Crang 2002). The performance of roles becomes palpable in the encounter between tourists and service providers. Crang (1997), for example, describes how tourism workers are trained to enact roles that fit the institutional setting, to express attributes such as deference, eagerness to please, and friendliness, and to wear outfits and expressions that harmonize with themed environments. Although it seems a playful allegory, tourism performance is, to varying extents, socio-culturally regulated (Edensor 2001). At the same time, "the roles of tourist and interpreter are not fixed... Subjectivities and motives change, even within one individual, even during the course of a single visit" (Bruner 2005: 166).

Since tour guides are often the only local people at a sight or destination with whom tourists interact during a considerable amount of time, it is imperative to study and understand which role(s) they play in tourism. The World Federation of Tourist Guide Associations defines a tourist guide as "a person who guides visitors in the language of their choice and interprets the cultural and natural heritage of an area, which person normally possesses an area-specific qualification usually issued and/or recognized by the appropriate authority". Whereas the term *tourist guide* points squarely to the service relation (a tourism worker serving clients), the notion *tour guide* shifts this narrow focus to the dynamics of the encounter between guide, tourists, and locals while touring.

Cohen's (1985) four-quadrant model is most often cited as a basis for examining tour guide roles. This model encompasses four major tour guide functions: instrumental, social, interactionary, and communicative. Cohen traces the origins of modern guiding roles back to two types that the ancient Greeks distinguished: the pathfinder and the mentor. The first "provides privileged access to an otherwise non-public territory," while the second is concerned with "edifying his party as in social mediation and culture brokerage" (1985: 10). The two principal concepts that characterize contemporary guiding, leading and mediating, combine and expand elements from the earlier roles of pathfinder and mentor. According to Cohen, guiding is evolving and shifting from the logistical aspect to the facilitation of experience, from the pathfinder to the mentor role, away from leadership toward mediating and away from the outer toward the inner-directed sphere, with the communicative component becoming the centre of the professional role.

Even if global tourism exerts a great amount of control over its workers, none of the service provider roles are as rigid as they seem (Edensor 2001). As with most typologies, Cohen's categorization of tour guide roles is not all encompassing. Trying to fit the ephemeral professional activities of guides into a narrow essentializing framework does not do justice to what actually happens during the dynamic guide-tourist encounter, a point that has been well illustrated by ethnographic research (Bras 2000; Bruner 2005; Fine and Speer 1985; Salazar 2005, 2006, 2007). The local socio-legal context in which guides work, for example, also greatly shapes their roles. In Indonesia, authorities recognize,

license, and control three types of guide: (1) tour leaders, who can accompany tourists inside and even outside the country; (2) general guides, who are confined to guiding within the limits of one province; and (3) site-specific guides, who are only allowed to work at one site or attraction. Driver-guides and adventure guides exist too but are rare.

While Cohen's model offers a good starting point to analyze the practices of guides, one of its major drawbacks is that it is too service-oriented: it mainly includes roles expected by tourists, the tourism sector, or authorities. However, guiding is not just about organizing a tour, socializing with tourists, and interpreting what they see and experience in a language they understand. Guides are not necessarily altruistic mediators by vocation, nor can they be expected to submit blindly to government or tour operator rules and regulations exacting them to tell pre-fabricated stories (Bras 2000). Importantly, guides never serve a neutral role. Even if limited, they often have some power to intervene and constrain tourism activities. As Edensor notes, "'appropriate' behaviour and performative procedures are regulated by guides, who by synthesizing meaning and action reinforce a common-sense praxis and re-encode enactive norms" (2001: 69). During their interaction with clients, guides might use hidden transcripts to contest in disguise the roles they are expected to play (Salazar 2008a).

A successful guide is a "facilitator" who knows how and when to fulfil and synthesize different roles, often simultaneously (Pond 1993). The best guides are those who know the tricks of the trade and have found a healthy equilibrium between their own interests, those of their clients, their employer, and the local people they interact with while touring. This implies continuously shifting between roles, for example between one deemed appropriate when dealing with tourists, and another that conforms better to local norms. Through their narratives and practices, guides subtly enhance the experience of the visitors, in a way that demonstrates cultural proximity. They play a Janus-faced role, in the sense that they are not only supposed to know the heritage and culture they interpret, but to understand the tourists visiting from other cultural backgrounds too. The latter is something they do not learn from books but from practice, often through trial and error. In order to make this challenging task easier, many guides stereotypically distinguish and classify tourists according to their nationality (Pizam 1999; Pizam and Sussmann 1995). It is no wonder, then, that guides in Jogja perceive Asian tourists as very different from Western clients. What follows is a composite ethnographic sketch (based on real fieldwork examples) of what this perceived difference means for the roles local guides in Jogjakarta commonly enact.

"They left as quickly as they came": Jogja à la Japanese

It is around 5.30 am when I meet Pak Suhardi in front of a local tour operator's office in the centre of Jogja. I had interviewed this freelance Japanese language guide a couple of weeks earlier and he had kindly agreed to let me observe one of his tours. As soon as the driver of the company's minivan arrives (dressed in the same batik uniform as Suhardi), we set off for the city's airport to pick up the clients. I feel sleepy, in contrast to my Indonesian companions who seem used to waking up so early. Indonesia attracts Japanese visitors for a number of reasons (cf. Yamashita 2003). While waiting at the airport, Suhardi tells me that Jogja started receiving significant numbers of Japanese tourists in the 1980s. The Borobudur exhibition held in Japan in 1981 made Jogja popular as a possible cultural tourism destination. Since 1985, the Province of Yogyakarta also has a sister city partnership with the Kyoto Prefecture.

Except for a small number of independent travellers, most Japanese come as one-day transit visitors from Bali. As Suhardi explains, the reason why Jogja's inbound tourism is dependent on Bali is a structural one. In contrast with Bali's Ngurah Rai International Airport, Jogja's Adisucipto International Airport has no direct flights to and from Japan. He does not mention another important factor, namely the large number of Japanese-owned tourism services on Bali (including hotels, restaurants, and tour operators). It is after 6.30 am when the clients walk through the airport's custom gate. Suhardi is lucky today because the group is not accompanied by a Balinese tour leader (as is often the case), meaning that he will be able to serve the clients. Because the plane had half an hour delay, there is no time to waste. Suhardi greets the group (in a typically Japanese way) and we immediately leave for Borobudur. In the minivan, the tourists are briefed in detail about the program of the day.

The Japanese, seven in total, all attended an expert meeting on fine arts in Bali. The conference organizers had included a daytrip around Bali in the programme. The island reminded them of landscapes and cultural roots that have vanished in present-day urban Japan. Their experience corresponds to Matsuda's (1989: 43-45) description of Japanese tourism to Bali. In her study, she stressed not only the perspective of exoticism, but also of nostalgia. The Balinese barong dance is reminiscent of the Japanese lion dance, the Hindu temples remind people of those in Kyoto and Nara, and rice terraces are quite normal in Japanese rural areas. Matsuda's analysis applies well to Jogja too. Unfortunately, Japanese day-trippers from Bali are on a tight schedule and only catch a glimpse of traditional Javanese village life. Experiential tourism activities such as learning how to cultivate rice, for instance, would be extremely popular, but there is simply no time to do this. Besides, the tourists are already tired upon their arrival in Jogja because they left their Balinese hotel in the middle of the night. While Suhardi has dozens of interesting stories and jokes ready to entertain his clients, they prefer to rest a little. They even hardly touch the nicely packaged breakfast.

Upon arrival in Borobudur, Suhardi gently wakes his clients and gives them a brief historical introduction of the site. Interestingly, he compares the building of Borobudur with other monuments, implicitly putting it on an equal level of global importance: "This is the technique they used to build Borobudur in the 8th century, without using concrete. It's like a puzzle, exactly like the pyramids in South America and in Mexico, the Aztec and Maya culture, and Inca". By making this kind of comparison, of course, the guide assumes that the Japanese are familiar with those American sites. Suhardi is curious to know whether he will be allowed to guide within the compound today. Because of the ongoing process of regional autonomy in Indonesia, guides legally need a certificate from the regency or city where they live and license badges from all the regencies or cities where they operate. These new rules are highly impractical given that virtually all tours cross administrative boundaries. The most common daytrip for Japanese tourists, for example, includes visits to Borobudur (Magelang Regency, Central Java), the Sultan's Palace (Yogyakarta City), and Prambanan (Sleman Regency and Klaten Regency, Central Java). These three sites have on-site guides, but Suhardi is still guiding in between and would technically need at least four different license badges. Already in 2002, the regency where Borobudur is located issued a directive stating that all visitors need to take an on-site guide. However, hardly any of those guides speak Asian languages and, as a result, Jogja-based Japanese language guides such as Suhardi are still allowed to operate inside the site's boundaries.

According to the tour operator's schedule, Suhardi has about one hour and a half to walk from the parking lot to the entry gate, queue to pay the entrance fees, walk almost half a mile to reach the monument, climb the seven levels, and descend the monument to walk all the way back to the parking lot. Because it is impossible to cover the entire site in such a short time, Suhardi carefully selects some popular highlights: (1) the few uncovered bas reliefs of Borobudur's hidden foot depicting desires and worldly temptations; (2) some of the panels on the first and second galleries telling the story of Prince Siddhartha; and (3) the upper platform with its 72 small stupas (with statues of the Buddha sitting inside the pierced enclosures) surrounding one large central stupa. I notice that the tourists politely listen to the guiding narratives but, in contrast to most Western groups, ask no questions. Once we have reached the top, Suhardi invites the male tourists to touch the hand and the female tourists to touch the foot of one particular Buddha statue. According to local lore, this brings good luck (and it creates good photo opportunities too). The Japanese are happily surprised that the backpack Suhardi carried all the way up contains a small water bottle for each. They immediately show their gratitude. After drinking, the group is given ten minutes to walk around and take pictures of the magnificent platform and the surrounding lush landscape. This gives Suhardi a chance to rest a little and chat with some of his colleagues.

Being a devout Muslim, Suhardi has acquired in-depth knowledge about Buddhism and, being a guide for Japanese tourists, he does not fail to make the necessary links between Buddhism in Indonesia and in Japan (in both countries the form of Buddhism that established itself was Mahayana Buddhism, or the Great Vehicle). Observing the expensive photographic equipment of the Japanese, another guide comments that they must be rich. Before descending, Suhardi points to the luxurious Amanjiwo Hotel, which can be seen from where they stand, and remarks: "For the Presidential Suite, 2 000 dollars per night. Have you ever been there? I have only been there once: in my dreams! ... OK, let's return to reality now". He can only dream about staying at an expensive place like the Amanjiwo Hotel. Yet, this is a hotel his affluent clients can afford. In other words, for the Japanese it is reality, while it might be harder for them to imagine the socio-economic conditions in which Suhardi is living. At the foot of the monument, Suhardi takes some pictures of the group. Our last stop before heading back to the minivan is the plaque commemorating the large restoration project of Borobudur (1975-1982). Of course, Suhardi points out that Japan was one of the 27 countries who generously contributed to the fundraising campaign.

On our way back to Jogja, we stop at a silverware workshop. The group receives a brief explanation of the production process and is then invited to look around in the huge shop. However, the clients seem more interested in the shop's toilet than in its wares. Suhardi tells me that when Japanese tourism boomed, from the mid-1980s until the mid-1990s, guides received extra commissions by bringing Japanese to souvenir shops. This largely compensated for the fact that Japanese do not have the custom to tip⁷. Nowadays, there is often not enough time for shopping and, when there is, the tourists are not interested in

7. While the numbers of tourists these days are much smaller than during the golden years, there is an excess of tour operators and guides. This has created an economic context in which many tour guides are accepting to be underpaid rather than to be completely without work. In this precarious situation, receiving tips is vital and guides prefer to have clients from countries with a culture of generous tipping.

buying anything. When I ask why this is, he blames the Balinese (and this is something I heard repeatedly in Jogja). Due to the Balinese's negative advertisement of Java as an island of cheaters and pickpockets, tourists limit their visit to a daytrip and hardly buy anything (some would even have been advised to leave their money on Bali). I would add, equally important, that all of Jogja's traditional handicrafts can be purchased on Bali as well (albeit more expensive).

Since the clients have not had a decent breakfast, we have an early lunch at a typical tourist buffet restaurant on Jogja's ring road. While eating, I ask Suhardi how he learned about Japan and Japanese culture. Although he would love to, he cannot afford to travel to Japan. Instead, he reads Japanese books and magazines at a local university library and uses the Internet to obtain extra information about specific Japanese topics. Some of his senior colleagues have cable television and they occasionally get together to watch the *Nippon Hoso Kyokai* (Japanese Broadcasting Corporation) station. Suhardi also tries to attend cultural activities organized by the Japan Foundation. In his personal library, he has a copy of a locally produced manual that specifically address the characteristics and needs of Japanese tourists (Desky 1999). Suhardi stresses that this is not so difficult because Japanese and Javanese 'culture' are similar. He gives the examples of politeness, social etiquette, and the importance of purchasing souvenirs for those who stayed at home. Punctuality remains a difficult point for many Javanese who, as Suhardi jokingly remarks, live in a "culture of *jam karet*" (flexible time, or the continuous uncertainty of scheduled time arrangements).

Talking about punctuality, the driver comes by to tell us that the clients have finished eating and we have to hurry up because the last guided tours of the Sultan's Palace start before 1 pm. The palace has its own pool of guides, and they are exempted from any of the aforementioned rules and regulations. Many are children of royal court employees and have received private training from senior court officials. Suhardi instructs the Japanese speaking palace guide to bring his clients back to the entrance in 45 minutes. While we are waiting, he tells me how he became a guide. Suhardi used to work as a clerk at a local travel agency. He decided to enroll in a two-year intensive Japanese language course because at the time there were still many tourists from Japan and not enough guides. Suhardi recalls how even the Sultan traveled to Japan to promote Jogja. In order to obtain his license, he took part in a short three-month course organized by the provincial tourism authority. He immediately became a member of the local tour guide association. In fact, the Japanese language guides are the largest subgroup within the association, although the number of Japanese clients has declined drastically. According to Suhardi, this decrease is mainly due to the exaggerated fear in Japan for infectious and other diseases. He recalls how an outbreak of cholera amongst returning Japanese tourists in 1994 and 1996 led to a pronounced decline in tourists. In 2003, there was the outbreak of SARS and since 2005 a bird flu pandemic is looming. Looking at Japanese tourist arrivals (see Table 1), this analysis could at least partly be right.

The tourists arrive ten minutes too late and, since we are already behind on schedule, Suhardi decides to skip the souvenir shopping around Malioboro Street, the city's major commercial area. Instead, we drive straight to the last attraction of the day, the Prambanan temple complex. The Japanese are taking a nap when we pass by Jogja's fancy new shopping malls. Suhardi does not think his clients could possibly be interested in visiting them because he is sure the shopping palaces in Japan are bigger and fancier. On the way, I also notice the once celebrated Ambarrukmo Palace Hotel, built in 1966 with funds

provided by war reparations from Japan. However, "Don't mention the war", or, in this case, the Japanese occupation of Java (1942-45), seems a guiding motto throughout the tour. This oppressively dark period before Indonesia's national liberation heavily affected life in Jogja, both economically and socially, and Javanese prefer to forget about it altogether. It is much easier to talk about politically neutral heritage, such as Prambanan. Like Borobudur, this world heritage site has a small pool of on-site guides, but the ones here do not mind the Jogja guides leading clients around the temple complex (and they also have no legal recourses to prohibit this). Because it is in the middle of the afternoon and the Japanese tourists are suffering from the heat and are markedly tired, Suhardi slowly strolls around the three main temples and keeps his explanations to an absolute minimum. Providing drinking water and shade seem priorities that are more important.

Part of the temple complex is closed to the public after the May 2006 earthquake structurally damaged it (although some of the security guards offer to enter anyway, in exchange for a sizeable amount of cash). Suhardi does not fail to mention that immediately after the disaster Jogja received generous emergency aid from the Japanese government and from NGOs. After one hour and a half, we rush to the airport and the driver gets nervous because there is too much traffic. There is nothing to be worried about because we learn at the airport that the plane back to Bali is one hour delayed. This gives Suhardi the first (and last) opportunity of the day to really get to know his clients. Remembering their interest in art, he tells the group how important Jogja is for the Indonesian art scene. The Japanese had no clue that the city is home to the Indonesian Institute of Fine Arts and one of the most active contemporary art scenes in the country. A missed opportunity, according to Suhardi, and they will miss the beautiful Ramayana Ballet too, performed every night in an open-air theatre that uses the Prambanan temples as a fairytale background. In addition, there are the shadow puppet plays, the gamelan concerts, the Javanese court dances, and the Affandi Museum (exhibiting over 250 paintings by this renowned Indonesian artist). Is all of this not a reason enough to return to Jogja for a longer visit? The Japanese kindly nod.

On the way back to the city centre, we are completely stuck in the evening traffic. I ask Suhardi to evaluate the tour. Although he is certainly experienced enough to know the intricacies of Japanese culture, he still finds it difficult to please Japanese guests (cf. Sugiantoro 2000: 69-72). Suhardi tells me that he prefers older Japanese clients, like the ones today, because they are usually fascinated by stories about the rural life around Jogja – the nostalgic element Matsuda (1989) refers to in her discussion of Bali. Unfortunately, as I could witness myself, there is virtually no time to show any of the Javanese village life (and many Japanese have already taken a similar tour on Bali). It clearly frustrates Suhardi that he cannot even tell much about Jogja. He recalls how, a couple of years ago, an irritated Japanese tourist had almost shouted at him "enough stories!" (the man wanted to get some sleep in between the sightseeing walks).

Seeing and selling Jogja through 'Asian eyes'

The ethnographic description above of a typical Japanese tour of Jogja challenges Cohen's (1985) assertion that guiding is evolving and shifting from the logistical aspect to the facilitation of experience, from the pathfinder to the mentor role, away from leadership toward mediating and away from the outer toward the inner-directed sphere, with the communicative component becoming the centre of the professional role. Clearly,

Suhardi's narratives were only of minor importance throughout the trip. Rather, it was imperative to show his clients that he took good care of them. In contrast to guided tours for Western tourists (which I also observed while I was in Jogja), the stress seemed to be on the service component of the guiding job. To what are these differences due?

Despite the homogenising trends of global tourism, the needs and interests of international tourists are multiple and often culturally determined. Some academics argue, rather bluntly, that the biggest cultural differences are to be found between Asian and Western societies (e.g. Samovar *et al.* 2005). Others have tried to empirically show that the needs and tastes of Western tourists are, indeed, very different from those of Asian clients (Reisinger and Turner 1999, 2002a, 2002b). Throughout my own travels around the globe, I have noticed that many Asians are interested in visiting internationally renowned landmarks and modern and sophisticated attractions such as theme parks and shopping centres. They love to evaluate the development levels of other places and search for iconic representations of modernity. Many Westerners, on the other hand, like to experience the exotic beauty of (well-conserved) natural and cultural heritage sites. One should critically wonder, however, whether these stereotypical differences are really 'cultural' or whether they might simply refer to various stages of tourism development, as suggested, among others, by Urbain (1994). This would assume that all tourism develops in the way it has developed in the West. It suffices recalling the work of Bourdieu (1984) to realize how complex the matter of tastes and interests is. Most anthropologists would argue that artificially opposing 'the West' and 'Asia' does injustice to the multiple fault lines that cut across this cultural binary: nationality, ethnicity, race, class, gender, et cetera.

Regardless of the conflicting explanations given, there are differences between Asian and Western tourists and these have real implications for tourism. How to market Jogja as a destination for tourists of Asian origin? Should it be promoted as the old cultural centre of Java (as is done for Western markets) or is it wiser to advertise the city as a hotbed of youthfulness and innovation? Although there are an increasing number of exclusive shopping malls, high-tech theme parks and soaring skyscrapers are strikingly absent in Jogja. Moreover, most malls largely cater to locals; they do not sell the arts and crafts for which the region is famous, making them less interesting for tourists. If the only sights left for Asians to visit are Borobudur and Prambanan, the two world heritage sites, they can easily do that on a day-trip or as transit visitors, hereby seriously limiting the impact they have on the local economy⁸.

Independent of how Jogja and other destinations are being marketed, Asian tourists currently come to Indonesia for a relatively short time. Because they travel mostly in organized tour groups, they have limited contact with local people. They develop their perceptions of Indonesians mainly through the direct face-to-face contact with service providers, who are often their only contact points. Local tour guides, who spend a considerable amount of time with tourists, know that client satisfaction is best achieved when understanding their cultural background, including their values and perceptions of the world. One would expect Indonesian guides to have little difficulty dealing with

8. Although most tourists visit these cultural heritage sites on tours departing from Jogja, Prambanan is partly, and Borobudur completely located outside the Yogyakarta province, in the neighbouring province of Central Java. Transit tourists and day-trippers not only bypass Jogja's hotel industry, but also the restaurants, since tour groups often have their lunch nearby one of the two temple complexes.

Asian visitors because of the cultural proximity (although the existence of shared "Asian values" is debatable). However, what is gained by guiding for people with similar cultural backgrounds can be lost in communication problems. To serve Asian clients, guides have to learn difficult new languages and the local language schools do not possess the best human resources and learning materials. Besides, many guides have been professionally trained to work with Westerners, studying Western-produced guiding methods and techniques (Salazar 2008a). What they have learned through formal training is not readily transposable to a work context with Asians. Finally, cultural proximity does not mean that there are no cultural or other differences at all.

Tour guides' perceptions of foreign tourists, no matter whether they are Asian or not, are often trapped in cultural stereotyping. Many guides in Jogja, including Pak Suhardi, talk about Japanese tourists in ways that reinforce the common stereotype that Japanese are not that interested in heritage narratives and always seem in a hurry, only having time to take snapshots. Even if this would be true, it does certainly not imply less work for the tour guides. While Asian clients might need less interpretative information, they do expect constant attention and entertainment. Guides still offer explanatory narratives, skilfully adapted to shared Asian frames of reference, but sensibly invite those visitors not interested to roam around the visited sites and take pictures instead. Understanding that Asians are usually less willing to engage in physical efforts than Western tourists are, guides also adapt tour itineraries accordingly. Local tour guides clearly seem to ascribe these perceived behavioural differences to cultural factors.

However, it is an easy way out to explain the different roles guides play when dealing with Western and Asian tourists as culturally determined. Pace ? Reisinger and Turner (1999, 2002a, 2002b), alternative interpretations can be offered than culturalist ones to explain context-dependent differences. Structural characteristics of tourism, such as the length of annual holidays and the history of travelling abroad, are at least as salient. In many Western industrialized countries, for example, there has been a marked tendency for the minimum annual vacation period to be increased (Salazar 2008b). Westerners visiting Indonesia have at least two weeks of holidays and do not need to rush from one sight to the other. Many of them have extensively travelled abroad and seen many of the world's landmarks. They are therefore increasingly looking for experiential types of tourism, in which the mentor or mediator style of guiding gains importance. Asian tourists generally dispose of much less time and, for many, the tradition of travelling abroad for leisure is newer. Since they have less travel experience and usually speak neither English (the most widespread language in global tourism) nor the local language, Asians are dependent on local guides as pathfinders to lead them around safely. In a sense, tour guiding for tourists of Asian origin resembles much more the work of a tour manager, escort, or leader. In other words, structural factors are as important, if not more important, than cultural elements in understanding perceived Western-Asian differences.

Many Asians travelling to Jogja belong to the rapidly growing class of *nouveau riches*. This new Asian middle class is the result of the burgeoning economies of various Asian countries and characterized by conspicuous consumption (Pinches 1999; Robison and Goodman 1996). These people are salaried, live in rapidly urbanizing or already urban settings, are comparatively young, and are looking to spend their surplus money on entertainment and leisure. Already in the 1990s, the international media was filled with stories about Asia's new rich and their 'sexy' and often rampant consumption patterns: driving BMWs and Mercedes, riding Harleys, punching data into laptop computers,

visiting Paris, London, or New York, and paying all of this with platinum Visa cards and large salaries. Although they have been depicted as “superficially Western, essentially Oriental, and representing the majority of the population” (Pinches 1999: 1), in reality this cultural construction of the new rich in Asia totally neglects the wide cultural variance between and within Asian countries. Nevertheless, these culturalist accounts seem very influential and have a wide rhetorical power, also in tourism. It is believed that when travelling, the mere fact of visiting a famous site, and taking pictures or shooting video as proof for those who stayed at home, is deemed more important for these new rich than learning about the history of the place.

This larger socio-economic context enables us to link local observations to broader forces and power dynamics. It helps us to understand why it is, for example, that the guides in Jogja often value their Asian clients negatively. Partly as a legacy of the Dutch colonial era, having close contact with a white person is considered as status enhancing. In the personal imagination of many guides, Westerners act as their gateway into a better world, a Promised Land they know from television programs, advertisements, and movies. The privileged interaction with Westerners nourishes their dreams of escape from their harsh life. Asian tourists are perceived as socio-cultural proxies, people who have (materially) ‘made it’ in their lives and are able to travel abroad. Many Asians devotedly embrace their role of *nouveau riche* by being much more demanding towards service personnel. The Indonesian guides, as providers of paid-for services, often have to work harder for these clients, usually without receiving tips. They have not much choice than to faithfully play this guiding role.

Complexifying tourism theories

Typologies of tour guides, like any kind of classification, can identify regularities, but should be conceived as describing different styles rather than essentialized types, as roles adopted rather than social categories made manifest. Guides have to engage in a complex negotiation of roles between themselves and tourists, other service providers, tour operators, and local people, and the socio-cultural power expressed by each of these stakeholders in contexts of interaction. All these roles have different time and space dimensions. The case study of Asian tourists in Jogja, and Japanese visitors in particular, illustrates that there are various ways to facilitate a quality experience for the client. For Asian tourists too, guides are there to help fulfil the dream of a perfect vacation. However, the tourist expectations and imaginaries at work are different from those of Western clients (Salazar 2005; 2008a). Whereas Western tourists usually judge the quality of a guide by evaluating the quality of his explanatory commentaries, for Asian tourists what matters most is how they are treated as guests. The guide is expected to be a good organizer (instrumental) and entertainer (social) of the group, more than an information-giver (communicative) or culture broker (interactional) for the individual tourists. Cohen’s (1985) key argument that tour guiding in general is marked by a transition of emphasis from the instrumental to the communicative role seems to apply less well to the Asian tourism I encountered in Jogja. As illustrated and explained in this paper, Indonesian guides working with Asian tourists have to pay more attention to tour management than experience management, emphasizing their leadership roles (both instrumental and social) over their (interactional and communicative) mediator roles. As such, this ethnographic study inscribes itself in a growing field of research on tourism of Asian origin that problematizes the universality

of existing theoretical frameworks explaining particular aspects of tourism (Winter *et al.* 2008).

Whatever roles they play, guides are there to help tourists find meaning in what they see and experience. This requires extensive preparation, not only in the geography and history of the region where they are guiding, but also in sociological, psychological, and anthropological fields of expertise such as group dynamics, motivation, and cultural background. In order to be successful, the guides in Jogja need to learn to repackage their guiding practices in a way that satisfactorily meets the preferences, desires, and aspirations of Asian clients. Because many guides were professionally trained to serve Western tourists, they have to 'unlearn' some of their narratives and techniques when dealing with Asian clients. For established markets (e.g. Japan), they can rely on specific handbooks and course materials. Unfortunately, such aids are not available for newer Asian markets, forcing the guides to learn on-the-job by trial and error. Thriving guides are those who comprehend at least some of the broader context and power dynamics of global tourism. They understand who their Asian clients are, why they travel to Indonesia, what they want to see and experience, and how they expect to be treated. A lack of these insights frequently leads to frustration and negative cultural or national stereotyping. This paper offers only one small piece of evidence that, given the historical and current socio-economic context, instead of being a stage behind in tourism development, Asian tourists are developing a different "culture of tourism".

References cited

- BOURDIEU, Pierre, 1984 [1979]. *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Cambridge: Harvard University Press.
- BRAS, Karin, 2000. *Image-building and guiding on Lombok: The social construction of a tourist destination*. Amsterdam: Atlas Publications.
- BRUNER, Edward M., 2005. *Culture on tour: Ethnographies of travel*. Chicago: University of Chicago Press.
- COHEN, Erik, 1985. "The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role", *Annals of Tourism Research*, 12 (1), pp. 5-29.
- COLEMAN, Simon and Mike CRANG (eds), 2002. *Tourism: Between place and performance*. New York: Berghahn Books.
- CRANG, Phil, 1997. "Performing the tourist product", in Chris Rojek and John Urry (eds), *Touring cultures: Transformations of travel and theory*, pp. 137-154. London: Routledge.
- DAHLES, Heidi, 2001. *Tourism, heritage and national culture in Java: Dilemmas of a local community*. Richmond: Curzon-IIAS.
- DESKY, Mahidin A., 1999. *Melayani wisatawan Jepang*. Yogyakarta: AdiCita.
- EDENSOR, Tim, 2001. "Performing tourism, staging tourism: (Re)producing tourist space and practice", *Tourist Studies*, 1 (1), pp. 59-81.
- FINE, Elizabeth C. and Jean H. SPEER, 1985. "Tour guide performances as sight sacralization", *Annals of Tourism Research*, 12 (1), pp. 73-95.
- MATSUDA, Misa, 1989. *Japanese tourists and Indonesia: Images of self and other in the age of Kokusaika (Internationalization)*, MA thesis, faculty of Asian Studies, Australian National University.
- PINCHES, Michaël, 1999. *Culture and privilege in capitalist Asia*. London: Routledge.
- PIZAM, Abraham, 1999. "The American group tourist as viewed by British, Israeli, Korean, and Dutch tour guides", *Journal of Travel Research*, 38 (2), pp. 119-126.

- PIZAM, Abraham and Silvia SUSSMANN, 1995. "Does nationality affect tourism behavior?", *Annals of Tourism Research*, 22 (4), pp. 901-917.
- POND, Kathleen L., 1993. *The professional guide: Dynamics of tour guiding*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- REISINGER, Yvette and Lindsay W. TURNER,
1999. "A cultural analysis of Japanese tourists: Challenges for tourism marketers", *European Journal of Marketing*, 33 (11/12), pp. 1203-1227.
2002a. "Cultural differences between Asian tourist markets and Australian hosts, Part 1", *Journal of Travel Research*, 40 (February), pp. 295-315.
2002b. "Cultural differences between Asian tourist markets and Australian hosts, Part 2", *Journal of Travel Research*, 40 (May), pp. 374-384.
- ROBINSON, Richard and David S. G. GOODMAN (eds), 1996. *The new rich in Asia: Mobile phones, McDonald's and middle-class revolution*. London: Routledge.
- SALAZAR, Noël B.,
2005. "Tourism and glocalization: 'Local' tour guiding", *Annals of Tourism Research*, 32 (3), pp. 628-646.
2006. "Touristifying Tanzania: Global discourse, local guides", *Annals of Tourism Research*, 33 (3), pp. 33-852.
2007. "Towards a global culture of heritage interpretation? Evidence from Indonesia and Tanzania", *Tourism Recreation Research*, 32 (3), pp. 23-30.
2008a. *Envisioning Eden: A glocal ethnography of tour guiding*, PhD dissertation, Department of Anthropology, University of Pennsylvania.
2008b. "Vacation", in William A. Darity (ed.), *International Encyclopedia of the Social Sciences*, 2nd edition, pp. 565-566. Detroit: Macmillan Reference USA.
- SAMOVAR, Larry A., Richard E. PORTER and Edwin R. MCDANIEL, 2005. *Intercultural communication: A reader*, 11th edition. Belmont: Wadsworth Publishing.
- SUGIANTORO, Ronny, 2000. *Pariwisata: Antara obsesi dan realita*. Yogyakarta: AdiCita.
- UNWTO, 2007. *Tourism Highlights. 2007 Edition*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.
- URBAIN, Jean-Didier, 1991. *L'idiot du voyage : Histoires de touristes*. Paris : Plon.
- WINTER, Tim, Peggy TEO and T. C. CHANG (eds), 2008. *Asia on tour: Exploring the rise of Asian tourism*. London: Routledge.
- YAMASHITA, Shinji, 2003. *Bali and beyond: Explorations in the anthropology of tourism*. New York: Berghahn.

Conflits et enjeux identitaires *dans le tourisme rural à Yangshuo, Chine¹*

Timothy LEICESTER

Résumé : *Yangshuo, ville du Guangxi dans le sud-ouest de la Chine, est emblématique de l'essor récent du tourisme chinois. Située dans des paysages spectaculaires célébrés par les voyageurs lettrés depuis des siècles, cette agglomération rurale attire aujourd'hui des centaines de milliers de visiteurs chinois et étrangers. Lieu de rencontre entre sociétés urbaines et rurales, elle donne à voir une série d'inégalités de la société chinoise contemporaine. Le tourisme y génère de nombreux conflits autour de l'appropriation des ressources, l'interprétation des sites, et la représentation de la campagne et de la paysannerie. Cet article présente le tourisme chinois contemporain dans le contexte historique et culturel qui lui est propre, et met en relief certaines spécificités des pratiques touristiques chinoises. À travers cela, le texte met en cause nos manières de penser le tourisme, et révèle des changements sociaux à l'œuvre dans la Chine contemporaine.*

Mots-clés : tourisme chinois, regard touristique, inégalités ville-campagne, mobilité, sites touristiques.

Abstract: *The town of Yangshuo in Guangxi, south west China, is emblematic of the recent rise of Chinese tourism. Situated in a spectacular landscape celebrated by generations of literary travelers, this rural town now attracts hundreds of thousands of Chinese and international visitors. As a meeting place of urban and rural society, the town shows several inequalities of contemporary Chinese society. Tourism in Yangshuo also generates numerous conflicts concerning the appropriation of resources, the interpretation of tourist sites, and the representation of the countryside and rural society. The present case study allows us to consider contemporary Chinese tourism in relation to its own historical and cultural context, and brings to light certain specificities of Chinese touristic practices. The article furthermore reconsiders the common ways in which we think about tourism, and reveals social changes currently taking place in China.*

Key words : Chinese tourism, tourist gaze, urban-rural inequality, mobility, tourist spots.

1. Cet article s'appuie sur une enquête de terrain d'une durée de trois mois menée en 2007 à Yangshuo, financée par le Centre des Études sur la Chine Moderne et Contemporaine (CECMC) de l'EHESS, Paris. Par ailleurs l'auteur visite régulièrement la ville de Yangshuo dans le cadre de son travail comme accompagnateur touristique pour une agence spécialisée dans les voyages en Chine.

La croissance fulgurante du tourisme chinois au cours des vingt dernières années est une des transformations majeures du paysage touristique mondial. D'ici dix ans, la Chine deviendra le plus grand pays producteur de touristes internationaux (CLSA 2005) mais déjà, le tourisme et les touristes chinois sont indiscutablement « parvenus à l'âge mûr » (Chan 2006). Cette tendance forte nous oblige à revisiter et à reconsidérer les approches employées pour l'analyse du tourisme qui sont principalement basées sur l'expérience des touristes occidentaux. Si cela est vrai pour le tourisme international, cela l'est d'autant plus pour le tourisme à l'intérieur de la Chine où les touristes domestiques représentent plus de 95% du nombre total des touristes (CNTA 2008).

La Chine nous offre la possibilité de mettre à l'épreuve certaines hypothèses concernant le tourisme. Au premier abord l'exemple de la Chine semble confirmer le constat selon lequel le tourisme est essentiellement un phénomène moderne et occidental (Cohen 1994 : 12) et l'émergence du tourisme non-occidental la reproduction d'un même phénomène sous l'influence de la mondialisation. La circulation des biens, des idées, des signes et des personnes qui est constitutive de la mondialisation est certainement l'un des facteurs qui a stimulé le tourisme en Chine, sans parler de l'impulsion donnée par des institutions internationales telles que l'UNESCO ou l'Organisation Mondiale du Tourisme. D'autre part, le contexte sociologique de l'essor du tourisme domestique en Chine est largement similaire à celui déjà identifié en Occident comme étant constitutif du tourisme moderne : l'émergence d'une classe moyenne, l'ordonnance du temps de travail et de loisir, l'amélioration des transports (Urry 1990). Comme le fait remarquer Olivier Evrard, il est pourtant problématique, de considérer les touristes non occidentaux en général, et chinois en particulier, comme de simples « avatars tardifs de leurs équivalents occidentaux » (Evrard 2006 : 156). Les pratiques et le « regard » des touristes chinois doivent autant à des spécificités historiques et culturelles chinoises qu'aux pratiques ou à des schémas de pensée occidentaux. Ce qui relève du moderne doit être mis en relation avec la constitution d'une modernité proprement chinoise, et ce qui relève de la mondialisation est à considérer à la lumière des réseaux transnationaux qui la constituent et notamment du rôle important joué par la diaspora chinoise. À cet égard, le tourisme contemporain est une sorte d'instantané qui capture un moment du voyage qu'entreprend ce pays vers sa propre modernité, ouvert sur l'Asie et sur le monde, mais ancré dans une réalité et un passé propres.

Il y a dix ans déjà, Tim Oakes constatait que le tourisme était devenu « l'un des théâtres importants où se joue la problématique de la modernité chinoise » (Oakes 1998 : 47). Depuis, les chercheurs sont de plus en plus nombreux à y prêter attention. C'est particulièrement le cas des anthropologues travaillant sur les minorités ethniques pour lesquelles le tourisme est devenu un élément si important dans la constitution et la représentation de leur identité qu'il est désormais impossible d'en faire abstraction (voir Schein 1997; McKhann 2001; Gladney 2004; Notar 2006 et l'ouvrage collectif coédité par Tan Chee-Beng 2001). En dehors de ces cas où le tourisme s'est en quelque sorte imposé à l'anthropologue, d'autres chercheurs ont étudié l'établissement de sites et de parcs d'attractions (Anagnost 1997; Nyiri 2006; Breidenbach et Nyiri 2007 et David 2007) ou le développement du tourisme chinois international (Chan 2006 et

Nyiri 2005). Ces travaux commencent à défricher ce vaste et complexe champ d'étude qui est extrêmement révélateur quant à l'évolution de la société chinoise, notamment en ce qui concerne l'identité nationale et l'autorité culturelle de l'État.

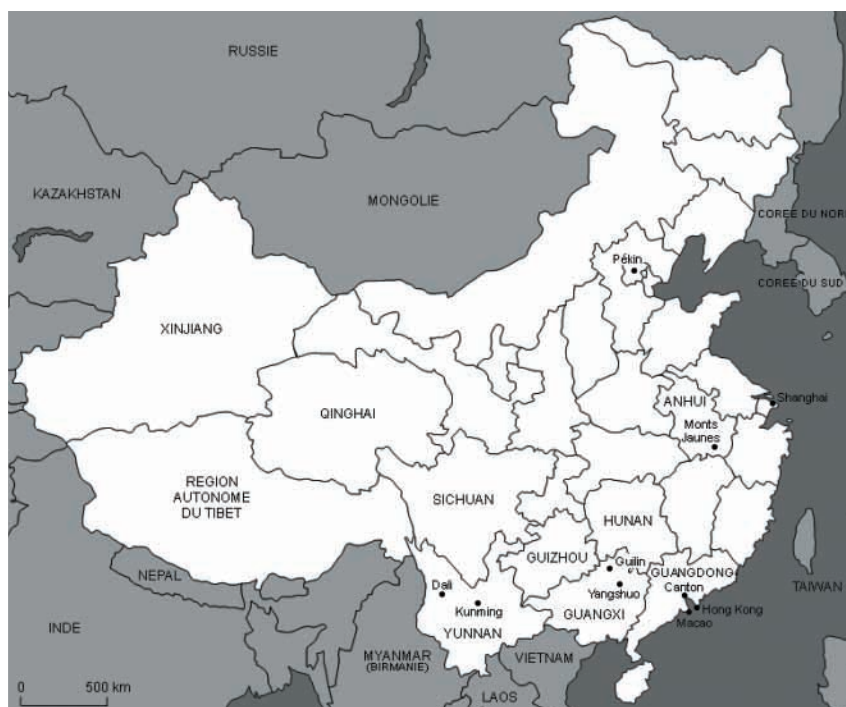
Yangshuo présente le double intérêt d'être un des sites les plus emblématiques du tourisme chinois contemporain alors qu'il fait également partie des sites canoniques du tourisme lettré pré-moderne. Il nous permet ainsi d'approfondir notre perspective historique du phénomène touristique en Chine. En étudiant les changements sociaux induits par le tourisme dans cette localité rurale, nous pourrions éclairer des processus plus généraux à l'œuvre dans l'évolution sociale de la Chine, ainsi que les inégalités et rapports de pouvoir qui les sous-tendent.

La mobilité et le tourisme : inégalités ville / campagne

Le tourisme domestique en Chine doit être étudié à la lumière de la mobilité croissante de la société chinoise. On estime à 1,6 milliard le nombre de « voyages » domestiques en 2007 (CNTA 2008). Cependant, ce chiffre global cache d'importantes distinctions quant aux profils des voyageurs et à leurs motifs de voyage. Voyages d'affaires, réunions familiales, flux migratoires, et voyages de loisir sont ici tous confondus. D'autre part, ce chiffre masque d'importantes inégalités entre la mobilité des citadins et celle des ruraux (la majorité de la population chinoise). Certes, le nombre de voyageurs ruraux dépasse celui des voyageurs citadins (1 milliard contre 600 millions), mais les citadins sont 60% plus mobiles, et dépensent quatre fois plus par personne lors de leurs déplacements (Ibid.). En effet, une grande partie des voyageurs ruraux se déplacent des campagnes vers les villes dans le cadre de la migration économique, ou, en sens inverse pour rejoindre lors des fêtes leurs familles restées au village. Parmi les urbains, et bien que certains déplacements se fassent dans le cadre de la migration économique (notamment des villes moyennes vers les grandes métropoles), la plupart relèvent du cadre des loisirs. Ces différentes formes de mobilité témoignent des inégalités sociales et économiques, notamment entre ville et campagne.

La disparité entre ville et campagne est l'une des caractéristiques marquantes de la société chinoise depuis les années 1950 (Cheng et Selden 1994 : 667). Elle résulte d'un système administratif qui classe la population comme « urbaine » ou « rurale » selon le lieu d'origine, et exclut les ruraux des protections sociales accordées aux citadins, ainsi que d'une politique qui a favorisé le développement urbain (Naughton 1995 : 73). En matière d'éducation, de revenus, de santé ou de mobilité sociale, le citadin chinois est privilégié par rapport à ses compatriotes d'origine rurale.

En provoquant la rencontre de ces deux populations, le tourisme rural met en scène et reproduit de manière frappante ces inégalités. Nous pouvons observer des similitudes avec d'autres formes de tourisme qui mettent en relation des populations issues de sociétés au niveau de développement différent. Néanmoins, le tourisme rural en Chine est particulier dans la mesure où il met en jeu des inégalités au sein d'une même société. Ainsi, pour les visiteurs (les touristes urbains), les visités (les habitants ruraux) ne sont pas simplement « autres » mais également leurs doubles. Le tourisme rural en Chine se présente alors comme un jeu de miroirs, où le regard que portent les touristes urbains sur l'espace et les habitants ruraux participe aussi du regard qu'ils portent sur eux-mêmes et sur leur pays. Pour comprendre ce double regard, il est nécessaire de retracer brièvement l'histoire du tourisme en Chine et le rôle important de l'État dans son développement récent.



La Chine et les sites mentionnés dans l'article © <http://histgeo.ac-aix-marseille.fr>

Le développement du tourisme et le rôle de l'État

La Chine a une longue tradition de tourisme lettré dont les origines remontent aux premiers siècles de notre ère, mais qui s'est développée surtout à partir du 16^e siècle avec la croissance du commerce et de la mobilité dans la société chinoise (Brook 1998 et Zhang 2004). Cette tradition valorisait avant tout l'appréciation de scènes paysagères choisies et la visite de sites pittoresques consacrés par la tradition littéraire et picturale. En se rendant sur ces sites, le voyageur lettré pouvait se mettre en relation avec la tradition culturelle et littéraire et ainsi affirmer son appartenance à une élite sociale. C'était aussi un processus par lequel des territoires marginaux étaient intégrés au système-monde chinois (Strassberg 1994 : 8).

Le tourisme a été critiqué durant l'ère maoïste pour son caractère bourgeois. Mais lorsqu'il renaît progressivement à partir de 1973, c'est quand même en référence à la tradition du tourisme lettré que les sites d'intérêt et la manière de les mettre en valeur furent désignés. La revalorisation du concept chinois de *mingsheng* ou « site pittoresque célèbre » constitua un élément important de cette renaissance touristique. Ce terme, utilisé autrefois pour désigner les sites d'intérêt dans le tourisme lettré, a été repris au compte de l'État qui a désigné un nouveau canon de sites touristiques essentiellement basé sur ceux qu'avait valorisés la tradition lettrée.

C'est également dans cette tradition lettrée qu'on a puisé pour revaloriser le tourisme et pour reconstituer un répertoire de pratiques touristiques. On assiste par exemple dans les années 1980 à la publication de nombreuses compilations de récits de voyages classiques (*youji*) rebaptisés « littérature touristique » (*liyou wenxue*). Des revues touristiques qui apparaissent à la même époque consacrent également de nombreux articles aux pratiques touristiques des lettrés (Nyiri 2006 : 8-12) et les guides touristiques de cette époque reprennent la forme et le contenu des guides classiques destinés aux voyageurs lettrés. Cette réhabilitation du tourisme lettré a largement influencé la manière dont les touristes chinois conçoivent le tourisme, notamment en ce qui concerne le type de site visité. Lors d'un sondage réalisé en 1997, 62% des personnes interrogées considéraient que seul un *mingsheng* pouvait constituer un site digne d'intérêt touristique (Niquet 1998 : 7). Pour l'État, la revalorisation du concept de *mingsheng* avait un double objectif. D'une part, c'était une manière d'ancrer le tourisme dans une tradition nationale, d'autre part c'était un moyen de mieux contrôler tant les flux et les revenus du tourisme que son contenu idéologique.

C'est surtout à partir de 1979 que le tourisme se développe de manière significative. Cette année-là, Deng Xiaoping, grimpant les Monts Jaunes (*Huangshan*, site majeur du tourisme lettré), a déclaré sa volonté de faire de la Chine « une puissance mondiale du tourisme » (Niquet 1998 : 1). Dans la décennie suivante, le nombre de touristes internationaux visitant la Chine a augmenté progressivement. Dans un premier temps, il s'agissait de faire rentrer des devises étrangères dans le pays et de renvoyer une image impressionnante de la Chine vers l'extérieur. Les paysages spectaculaires des lieux comme la rivière Li (*Lijiang*) à Yangshuo, que nous étudierons ci-dessous, ou les Monts Jaunes, devaient évoquer l'esprit national et la grandeur de la Chine. Ils se prêtaient particulièrement bien à cette nouvelle conception nationaliste du *mingsheng* en raison de leur nature manifestement séculaire². De plus, ils étaient tous les deux associés à des mouvements de résistance nationale dans le passé³, donc davantage en accord avec l'idéologie du Parti communiste.

En exerçant un contrôle sur la désignation des sites touristiques, l'État pouvait également contrôler l'image du pays qu'ils véhiculent. Ce pouvoir était renforcé par le monopole des agences de voyage d'État et par la création de *joint-ventures*, des partenariats entre des investisseurs étrangers et des entreprises d'État ou des organes des gouvernements locaux. Par ce biais, l'État pouvait attirer les investissements nécessaires à l'amélioration des infrastructures touristiques tout en gardant une main mise sur leur évolution et une partie des bénéfices.

Au cours des années 1990, la dérégulation du secteur touristique permit à d'autres acteurs de s'y impliquer, entraînant une diversification des pratiques. Le tourisme domestique connut également une forte croissance suite à l'instauration de la semaine

2. À la différence de certains autres *mingsheng* qui étaient également des sites de pèlerinage bouddhistes ou taoïstes, la rivière Li et les Monts Jaunes avaient depuis longtemps été « sécularisés » par le tourisme lettré.

3. Les Monts Jaunes avaient servi de base pour un mouvement anti-Manchu suite à l'établissement de la dynastie Qing (Cahill 1992: 275) et Guilin et Yangshuo étaient associés à la résistance antijaponaise dans les années 1930 et 1940 (Hutchings 1986).

de travail de cinq jours en 1995 et à la prolongation des vacances nationales en 1999. Le tourisme est alors de plus en plus perçu comme un vecteur civilisateur et modernisateur. On promeut le tourisme ethnique et le tourisme rural comme des moyens de développer les économies des régions sous-développées ou encore pour « jeter la lumière de la civilisation moderne sur chaque recoin rural » (Wu 1997 cité par Breidenbach et Nyiri 2007 : 325). Le rôle du tourisme dans le développement rural est particulièrement mis en valeur depuis l'arrivée à la tête du gouvernement en 2003 d'une nouvelle génération de dirigeants qui se veulent plus sensibles aux problèmes des campagnes (Kahn 2004). Cependant, entre la volonté des gouvernements nationaux et locaux de garder un contrôle sur les revenus et sur l'interprétation des sites touristiques d'une part, et la volonté d'en faire profiter les habitants ruraux d'autre part, il y a souvent des contradictions.

L'évolution du tourisme à Yangshuo

Yangshuo, chef-lieu du district du même nom, se trouve dans la Région autonome zhuang de Guangxi dans le sud-ouest de la Chine⁴. Le développement touristique dans et autour de cette petite ville reflète clairement l'histoire du tourisme, les différentes politiques d'État le concernant et les contradictions et conflits d'intérêts qui en découlent. Ce site attire des visiteurs depuis des siècles en raison de ses paysages karstiques spectaculaires. Bien que Yangshuo soit moins célèbre que la ville voisine de Guilin, les premiers écrits sur ses paysages remontent néanmoins au 9^e siècle (Wang 2006 : 75). Yangshuo se situe sur la rivière Li, 83 kilomètres en aval de Guilin, rivière navigable qui, jusqu'au 20^e siècle, était une des voies de communication principales entre le Centre et le Sud de la Chine. Le district de Yangshuo connut un commerce florissant au fil des siècles, et fut une base importante pour l'implantation de la culture et de l'autorité politique chinoises dans la région.

Guilin et, à un moindre degré, Yangshuo, constituaient des sites canoniques de la tradition du tourisme lettré. Dans les deux villes il existait, depuis des siècles, des circuits touristiques établis composés de scènes et de sites paysagers choisis⁵. Ces derniers étaient hautement aménagés avec kiosques, inscriptions, temples et de fortes connotations littéraires. Au début du 20^e siècle, la réputation des deux villes est également promue par les visites de personnalités politiques importantes, et l'installation de célèbres artistes et écrivains.

Guilin et Yangshuo sont parmi les premiers lieux à être ouverts aux touristes étrangers en 1973. La rivière Li est également un des premiers sites à être désigné comme *mingsheng* en 1982. Dans un premier temps, les visiteurs sont en majorité des touristes étrangers, dont une partie importante vient de Hong Kong et de Macao (Xu 1999 : 61). Les circuits touristiques étaient restreints à un nombre limité de sites encadrés par les autorités locales, principalement ceux prisés par la tradition lettrée. Outre ces sites, un des attraits principaux était, et reste encore aujourd'hui, la croisière sur la rivière Li de

4. Le territoire chinois est composé de 22 provinces, 4 municipalités, 2 régions administratives spéciales (Hong Kong et Macao) et 5 régions « autonomes » (zizhi qu), dont le Guangxi.

5. Ces circuits, établis par des lettrés locaux ou par des voyageurs, étaient souvent composés de « huit scènes paysagères » (ba jing) considérées comme incontournables pour l'appréciation du lieu et étaient largement reprises et citées par les voyageurs antérieurs. Concernant Yangshuo voir notamment Xu (1920 [1673]).

Guilin jusqu'à Yangshuo. Une fois arrivé à Yangshuo, on traversait la ville à pied jusqu'au car pour regagner Guilin, s'arrêtant en route dans quelques sites pittoresques choisis. Ainsi enclavé, le tourisme concernait très peu les habitants de Yangshuo, à part quelques marchands de souvenirs installés près de la jetée d'arrivée des bateaux de croisières et les quelques villages situés près des sites.

Au cours des années 1980, la ville est repérée par des touristes indépendants occidentaux, et mentionnée dans des guides tels que *Lonely Planet*. Comme certains autres lieux recommandés dans ce guide, tel que la ville de Dali dans la province voisine de Yunnan (Notar 2006 : 20-46), Yangshuo devient l'un des lieux de prédilection des *backpackers*. Plusieurs hôtels, restaurants et cafés proposant des menus adaptés aux goûts occidentaux ont été ouverts par des entrepreneurs locaux pour répondre à leurs besoins. Ces commerces sont concentrés dans un périmètre restreint le long de la rue de l'Ouest, axe principale de la vieille ville, qui est surnommée par les habitants locaux la « rue des étrangers » (*Yangren jie*) en raison du grand nombre de touristes étrangers qui s'y trouvent⁶.

C'est surtout à partir du milieu des années 1990 que le tourisme domestique se développe à Yangshuo. Alors que le nombre de touristes étrangers est resté stable, variant entre 25 000 et 50 000 par an, entre 1985 et 2004, le nombre de touristes chinois est passé de quasiment zéro à 512 000 par an au cours de la même période. Et cela, sans compter les 1,75 million de touristes qui débarquent à Yangshuo après la croisière sur la rivière Li et visitent les sites alentour, sans dormir sur place (WTO 2005).

Désormais les touristes étrangers sont une minorité à Yangshuo, et les infrastructures se réorientent vers les besoins de cette nouvelle clientèle chinoise. Les différences de pratiques entre ces deux groupes de touristes sont caractéristiques des divergences de leur « regard ». Pour les touristes occidentaux, héritiers du « regard romantique » (Urry 1990 : 45), Yangshuo avec ses campagnes de rizières et de montagnes, peuplées de paysans en chapeau de paille, représente l'idéal de la Chine immobile et éternelle. Rêvant de solitude et du sublime de la nature sauvage, ils explorent les campagnes en VTT, font de l'escalade dans les collines, et descendent la rivière en canoë à la recherche d'expériences « authentiques ». Les touristes chinois, héritiers de la tradition lettrée, se déplacent en groupe pour visiter les sites aménagés, admirer des paysages spécifiques mis en valeur par les guides, et rêvent d'une nature non pas sauvage mais embellie par l'intervention humaine. Ces divergences confirment les observations d'autres anthropologues selon lesquelles le tourisme du regard romantique concerne toujours le corps alors que « le tourisme chinois, concerne, toujours, l'observation des scènes désignées comme étant "correctes" » (Breidenbach et Nyiri 2007 : 328).

Bien que le tourisme soit ancré dans une tradition historique, il est pourtant vécu par les Chinois comme une activité hautement moderne. Pour les classes moyennes urbaines, le tourisme est une forme de consommation ostentatoire qui « n'est pas qu'un loisir mais une forme de participation active à la modernité » (Nyiri 2006 : 84). Faire du tourisme, c'est aussi montrer sa volonté d'accéder aux formes de loisirs déjà généralisées dans les pays développés. C'est pourquoi la présence de touristes étrangers à Yangshuo est devenue l'un des attraits de la ville mis en valeur par les autorités locales qui se vantent

6. Beth Notar remarque le développement d'une rue similaire dans la ville de Dali (Notar 2006 : 28).

d'être un « *global village* » (*diqui cun*) où « les traditions culturelles orientales et la civilisation moderne occidentale rentrent en contact » (Wang 2004 : 69). Dans « la rue des étrangers », les touristes chinois, désormais bien plus nombreux que les Occidentaux, se ruent sur ces derniers pour se faire prendre en photo et échanger quelques mots en anglais. Des écoles de langue anglaise ont également ouvert dans la ville et attirent des centaines d'étudiants venus de partout dans le pays, tous désireux de rentrer en contact avec la population touristique cosmopolite. Ici, comme à Dali, où les touristes occidentaux sont également devenus des objets du tourisme, le « regard touristique » s'est retourné sur eux-mêmes. (Notar 2006 : 43)

Conflits et inégalités à Yangshuo

Le tourisme domestique joue aujourd'hui un rôle beaucoup plus important que le tourisme international dans le développement du district. Les pratiques spécifiques aux touristes domestiques ont par ailleurs des implications particulières sur l'évolution et l'impact du tourisme sur la société locale, des tendances qui sont clairement visibles dans les campagnes autour de Yangshuo.

Un des premiers villages qui a su tirer des bénéfices du tourisme à Yangshuo est Chuanyan, situé à sept kilomètres de la ville. Situé près d'une rivière et entouré de montagnes, ce village pittoresque doit sa réputation à la présence d'un très grand et ancien arbre banyan qui, outre sa taille impressionnante, a servi de décor dans une scène du film musical *Liu Sanjie* (« *Troisième sœur Liu* ») réalisé par Su Li en 1960. Le scénario de ce film très populaire, s'inspire d'une légende des Zhuang, la plus importante des 55 « nationalités minoritaires » (*shaoshu minzu*) officiellement reconnues par les autorités chinoises⁷. Ironiquement, si le Guangxi est désigné comme Région autonome zhuang, les populations zhuang de Yangshuo ont depuis plusieurs siècles été repoussées ou assimilées par l'implantation de populations han (la « nationalité » majoritaire en Chine).

Dans ce film, une chanteuse célèbre se range aux côtés des paysans pour combattre les exactions d'un propriétaire terrien. Le scénario reflète l'idéologie maoïste de son époque. En utilisant les paysages de Yangshuo comme décor, il les inscrivait dans une tradition révolutionnaire, affirmant que ces paysages, comme le pays, appartiennent au peuple et non aux élites lettrées. Il fait partie d'un certain nombre de productions réalisées à cette époque qui mettaient en scène la vie des diverses « nationalités minoritaires » en Chine (Notar 2006 : 50). Beaucoup de ces films décrivaient les dures conditions de vie avant la révolution communiste pour souligner les bienfaits de la période postrévolutionnaire. Ils servaient à intégrer ces zones frontalières et culturellement hétérogènes dans l'imaginaire nationale. L'utilisation de personnages issus de ces « minorités » exotiques permettait également d'explorer des thèmes romantiques et érotiques qui auraient été jugés choquants s'ils avaient concerné des personnages de la majorité han (Gladney 2004 : 77).

7. Sur la constitution de cette population et les enjeux politiques et identitaires suscités par sa désignation comme une « nationalité minoritaire » voir l'ouvrage de Katherine Palmer Kaup (2000).



Jaquette de la réédition en DVD du film *Liu Sanjie* © Changchun Dianying Zhipianchang [1960].

Pour les autorités locales, il s'agissait d'un site tout à fait adapté au concept de *mingsheng* promu par les autorités centrales. Par contre, pour les 480 habitants du village, l'arbre avait un tout autre symbolisme car il est considéré par eux comme l'incarnation d'une divinité nourricière et protectrice du village et de la rivière. Lors des fêtes, ou lorsque quelqu'un souhaite par exemple de l'aide pour passer des examens, guérir une maladie, ou avoir un fils, on brûle de l'encens et on colle des offrandes en papier au pied de l'arbre.

À l'arrivée des premiers touristes, à la fin des années 1970, les villageois demandaient quelque maos (0.1 Yuan⁸) pour traverser leurs terres et accéder au pied du banian. Le site attirait des touristes de Hong Kong et de Macao, familiers du film *Liu Sanjie*, et quelques touristes occidentaux, séduits par les paysages du site sans connaître la référence du film. Les paysans ont utilisé une partie de cet argent pour aménager un chemin reliant l'arbre à la route qui passe près du village.

Une nouvelle phase dans l'aménagement du site du banian a commencé en 1982, lorsque le gouvernement local de Yangshuo s'est approprié les terres autour de l'arbre en ne donnant qu'une maigre compensation aux paysans qui les cultivaient. Les expropriations de terres agricoles, extrêmement récurrentes en Chine, sont l'une des sources majeures

8. Un Yuan équivaut à 10 centimes d'euro.

de conflit entre paysans et gouvernements locaux (Guo 2001 et Notar 2006 : 132). Elles sont facilitées par l'ambiguïté des lois concernant la propriété dans les campagnes (Ho 2001). Si chaque famille paysanne cultive ses propres terres depuis la décollectivisation de l'agriculture en 1978, elle ne possède qu'un droit d'usufruit sur ces biens qui restent propriété d'État (Thireau et Wang 2001 : 15). Au total, un quart de la superficie totale des terres cultivables du village a été exproprié par le gouvernement au cours des années 1980, réduisant de manière considérable l'autonomie économique du village. En plus des paiements initiaux, le gouvernement donne chaque année une somme de quelques dizaines de milliers de Yuans en compensation au comité villageois, qui est utilisée pour les travaux collectifs (irrigation, entretien des routes etc.).

Le bureau des parcs et des jardins de Yangshuo, qui a pris en charge le développement du site, baptisé « le parc du grand banyan » (*Darongshu gongyuan*), a réaménagé le terrain autour de l'arbre en jardin, construit un bâtiment au bord de la route pour vendre des billets d'entrée, et un grand parking pour accueillir les cars touristiques en provenance de Yangshuo. Les bénéfices du parc sont versés au gouvernement local qui, depuis les réformes initiées dans les années 1980, doit trouver ses propres sources de revenus et perçoit le tourisme comme une manne propice. La manière dont le gouvernement s'est approprié ce site est caractéristique de la politique nationale envers le tourisme et de la volonté de contrôler l'interprétation des sites. Par ailleurs, elle reflète l'héritage du tourisme lettré en ce qui concerne le rapport au paysage, où ce n'est pas l'aspect « naturel » d'un site qui prime comme c'est le cas dans le mythe occidental de la nature sauvage, mais son aménagement et embellissement par la mise en évidence de références culturelles et par l'art paysager.

Selon les autorités de Yangshuo, les paysans ne disposaient pas des capacités nécessaires pour l'entretien et l'aménagement d'un site touristique. Cependant, 25 ans après, les habitants de Chuanyan continuent à exprimer leur regret que l'arbre dont ils se sont occupés « depuis des générations » ne leur appartienne plus. Ils continuent à revendiquer : « nous n'avons pas vendu ces terres, elles ont été expropriées »⁹. Ils avancent également qu'à l'époque, ils ne comprenaient pas les lois concernant la propriété. Au cours des dernières années, et suite notamment aux informations diffusées à ce sujet sur les chaînes télévisées nationales¹⁰, ils ont été amenés à considérer l'expropriation de leurs terres non seulement comme étant « injuste » mais également « illégale ».

Depuis l'ouverture du « parc du grand banyan », et particulièrement depuis la croissance du tourisme domestique à Yangshuo, de nombreux parcs et sites touristiques ont été construits autour de la ville, soit par les autorités locales, soit par des *joint-ventures* (avec des investisseurs de Taïwan, Hong Kong ou Singapour), soit par des entrepreneurs urbains. Dans la plupart des cas, des conflits relatifs à l'expropriation des terres ainsi qu'au montant et à la nature des compensations ont éclaté entre les habitants locaux et les responsables des parcs. Ces expropriations montrent comment les habitants locaux sont de plus en plus souvent mis à l'écart du développement du tourisme, comme c'est le cas ailleurs en Chine. (Notar 2006 : 115-26 et Nyiri 2006 : 46).

9. Ces citations ont été recueillies lors des entretiens réalisés au village en mars 2007.

10. Plusieurs villageois ont cité la chaîne nationale CCTV 12, chaîne intitulée « Société et la Loi » en chinois et qui a pour but de promouvoir la connaissance de la loi en mettant en scène la résolution de conflits juridiques.

Parallèlement à la croissance du tourisme domestique, Yangshuo a connu un afflux important d'entrepreneurs citadins et étrangers. Une majorité croissante d'hôtels, de restaurants, et autres commerces destinés aux touristes est maintenant gérée par ces derniers. On fait appel à une main-d'œuvre urbaine et qualifiée (issue des écoles de tourisme ou d'hôtellerie) et la population locale, peu éduquée, se voit cantonnée à des emplois subalternes. L'implantation d'entrepreneurs extérieurs est également facilitée par le clientélisme et la corruption qui règnent dans le gouvernement local plus orienté vers l'accueil de ces entrepreneurs que vers le bien-être de la population. Quant à la majorité des habitants de Yangshuo, ils se voient exclus de la manne touristique du fait de leur manque de capitaux économiques, culturels et politiques.

Visiteurs et visités : un jeu de miroirs

De plus en plus souvent, l'image de Yangshuo perçue par les touristes chinois n'est pas celle véhiculée par les habitants locaux, mais une image médiatisée par les acteurs citadins et internationaux qui contrôlent les infrastructures et les sites touristiques. Les sites, adaptés au « regard » des touristes citadins reflètent plutôt leurs désirs que les réalités vécues par les habitants locaux. L'une des conséquences de cette tendance est « l'ethnicisation » de l'image de Yangshuo. Nous avons vu que la province de Guangxi où se situe Yangshuo, est désignée depuis 1958 comme une « Région autonome zhuang ». Les Zhuang, qui représentent 33% de la population totale, sont concentrés dans la moitié occidentale de la région autonome. Mais, en raison de ce statut de région autonome et de l'association déjà évoquée avec le film *Liu Sanjie* inspiré d'une légende zhuang, la ville éveille un sentiment d'exotisme pour de nombreux touristes, bien que cette minorité soit totalement absente dans les zones concernées. Ce sentiment est mobilisé et renforcé par les promoteurs touristiques qui tentent de tirer profit de l'attrait qu'exerce cet exotisme.

C'est le cas pour le parc « La source aux pêcheurs hors de ce monde » (*Shiwai taoyuan*), situé sur la route principale entre Guilin et Yangshuo. Créé en 1997 par un *joint-venture* entre un entrepreneur taïwanais et le gouvernement local, il constitue l'un des sites incontournables du tourisme à Yangshuo, attirant jusqu'à un million de visiteurs par an. Il s'agit d'un parc à thème inspiré du texte « Note sur la source aux fleurs de pêcher » (*Taohua yuan ji*), de Tao Yuanming, poète célèbre du 4^e siècle de notre ère. Ce texte relate l'histoire d'un pêcheur qui, passant à travers une grotte, se retrouve dans un paradis perdu où les habitants primitifs et accueillants vivent en totale autarcie, inconscients de l'essor et du déclin des dynasties impériales dans le monde extérieur. Il s'agit de l'un des textes les plus célèbres de la littérature chinoise, connu de tous, et qui a nourri l'imaginaire de générations de voyageurs lettrés désireux de retrouver cet eden¹¹. Tao Yuanming n'a aucun lien avec le Guangxi, et la décision de construire ce parc dans ce lieu reflète surtout l'opportunisme et le sens des affaires de l'entrepreneur qui a saisi la résonance que ce texte pouvait avoir dans l'imaginaire de touristes urbains modernes.

11. À ce sujet voir la condamnation par Shen Congwen, auteur de la première moitié du 20^e siècle, de la naïveté des voyageurs lettrés qui, encore dans les années 1930, imaginaient pouvoir retrouver la source aux pêcheurs (Shen 2004 [1936] : 10-11).



Le parc de Shiwai taoyuan et le paysage environnant, avril 2007 © Timothy Leicester

La visite, qui s'effectue en groupe, accompagné d'une jeune guide habillée en costume folklorique, est organisée en trois étapes. La première consiste en un voyage en barque à travers une grotte submergée à la sortie de laquelle se trouve un village en bambou où des acteurs, habillés en peau d'animal, incarnent les membres d'une « tribu primitive » (*yuanshi buluo*)¹². Mettant en scène des « rituels ancestraux » les « femmes primitives » lancent des regards amoureux vers les touristes masculins et le guide apprend aux visiteurs comment dire « je t'aime » dans le langage (inventé) de la tribu. Cette première partie de la visite invite les touristes à vivre l'expérience du pêcheur dans l'histoire de Tao Yuanming et à découvrir par eux-mêmes le paradis perdu de la source aux pêcheurs.

Une fois revenus à terre dans le « monde moderne », le circuit se poursuit avec une visite guidée d'un village « ethnique » inspiré de l'architecture vernaculaire Dong, nationalité minoritaire qui habite dans les hautes-terres à la frontière entre les provinces de Guangxi, Guizhou et Hunan. Le groupe est accueilli à l'entrée du village par des femmes Dong en costume de fête, et est invité à boire des verres d'alcool de riz. Cet accueil est à la fois une réinterprétation de rituels effectivement pratiqué dans les villages Dong (voir Schein 1997 : 70) mais il est également une mise en scène du texte de Tao Yuanming dans lequel les habitants de la grotte tuent un poulet et versent de l'alcool pour accueillir le pêcheur. Les visiteurs assistent et participent aux danses « traditionnelles », puis à la cour amoureuse qui consiste à lancer et à attraper des ballons en coton cousu. Ensuite, il y a des démonstrations de l'artisanat de plusieurs minorités ethniques du Sud-ouest. Les personnes qui « peuplent » ce village, effectivement issus de ces diverses minorités du Sud-ouest, logent sur place. La dernière partie du voyage se poursuit par la visite de la reconstitution d'une maison de lettré chinois autour de jardins paysagers et de cours intérieures. Le guide explique la vie de Tao Yuanming et souligne les similitudes entre sa retraite à la campagne, et celles des touristes modernes qui ont besoin d'échapper à la « pollution » des villes.

12. Je reprends ici les termes employés par les guides au cours de la visite.

En s'inspirant du texte de Tao Yuanming, ce site initie les touristes au tourisme lettré pré-moderne et à l'esthétique paysagère chinoise, dont Tao est l'un des précurseurs. On les invite à s'imaginer comme les descendants modernes des lettrés d'antan. Quant aux personnes issues des minorités ethniques dans le parc, elles sont présentées comme étant l'équivalent moderne des « primitifs » réfugiés dans la grotte. Leurs « coutumes ancestrales » et leur travail artisanal sont exposés comme un contrepoint aux professions modernes des touristes. Le parc semble mettre en scène la tendance, évoquée par MacCannell (1976 : 91), des touristes contemporains, aliénés par leur propre travail, à idéaliser celui des autres. Mais il démontre une tendance plus spécifiquement chinoise qui consiste à « primitiviser » les minorités ethniques. Le texte de Tao Yuanming évoque le mythe, très répandu à travers l'histoire de la pensée chinoise, d'un « âge d'or », situé avant l'avènement des bureaucraties impériales. Au cours des siècles, de nombreux voyageurs chinois ont cru voire dans les mœurs hétérodoxes des peuples frontaliers les vestiges de cet âge d'or¹³. À l'époque moderne c'est la pensée évolutionniste de Marx qui renforce la représentation des ethnies minoritaires comme étant « primitives » ou représentatives du passé (Gladney 2004 : 60). Par opposition, la majorité han se situe vers le haut de cette chaîne d'évolution sociale. En observant les minorités ethniques dans le parc, présentées par les guides comme étant des « fossiles vivants », les touristes renforcent leur propre sentiment d'appartenir à la société « moderne ».

L'image exotique projetée sur les minorités ethniques par les touristes urbains est symptomatique de ce que Louisa Schein, dans ses travaux sur la province voisine de Guizhou, a qualifié d'« orientalisme interne » (Schein 1997) en référence à la célèbre thèse d'Edward Saïd (1978). Par ce processus, les minorités ethniques sont érigées en un « Autre interne » qui est à la fois un objet de désir, et une image qui rassure et renforce le sentiment de supériorité des observateurs. À Guizhou, comme à Yangshuo, cet orientalisme interne est constitué de thèmes similaires : l'érotisation des femmes, et le rapprochement des ethnies minoritaires avec l'enfance et la nature. Ces thèmes soulignent la virilité, la maturité et le niveau supérieur de la culture dominante et sont constitutifs de l'identité chinoise moderne (Schein 1997 : 90). Focaliser le regard sur l'Autre, idéalisé et représentatif du passé, est également une manière de faire abstraction des problèmes contemporains.

Pour les touristes urbains, il est en effet plus facile de projeter des idéaux sur un « Autre » exotique (les ethnies minoritaires) à l'intérieur du parc que sur les paysans locaux dont le statut dans l'imaginaire urbain est beaucoup plus ambigu. Beaucoup de touristes appartiennent à la « génération perdue » concernée par les mouvements d'envoi massif de jeunes urbains instruits à la campagne entre 1968 et 1980 (le mouvement de *xiangiang*). Enthousiastes au départ, leurs idéaux maoïstes se sont vite évanouis une fois confrontés aux rudes conditions de vie et au bas niveau culturel des paysans (Bonnin 2004 : 243-326). Cette expérience traumatique a profondément marqué l'esprit de cette génération et leurs relations avec la paysannerie. Ces touristes n'hésitent pas à qualifier mes propres recherches de terrain dans les villages comme du « *xiangiang* » avec toutes les connotations négatives que cela comporte. La mentalité modernisatrice, encouragée par l'État, fait que même pour les touristes qui n'ont pas connu directement ce mouvement,

13. En ce qui concerne Guilin c'est le cas notamment de Fan Chengda qui a fait l'éloge des de « la pureté et de l'antiquité des mœurs locales » (Fan 1991 [1174] : 1).

les réalités des campagnes sont trop souvent vécues comme un triste rappel de l'arriération du pays. Il est alors préférable, comme l'un des guides du parc me l'a fait remarquer, de visiter la version édulcorée et exotique de la vie villageoise présentée à *Shiwai taoyuan* que les « vrais » villages « arriérés » (*luohou*).

La population locale est presque totalement exclue du succès du parc. Les guides sont d'origine urbaine, diplômés des écoles de tourisme, et les représentants des minorités ethniques viennent d'autres régions. Les seuls postes ouverts à la main-d'œuvre locale concernent le nettoyage et l'entretien du site. Ne constituant pas des objets touristiques désirables en eux-mêmes, les paysans et leurs contrées sont réduits à de simples éléments du paysage, consommé à distance par le regard touristique. Il est doublement difficile pour eux de s'approprier ce regard puisque, si on les considère comme faisant partie du paysage, les paysans eux-mêmes sont nombreux à ignorer cette notion, issue d'une esthétique de l'espace culturellement acquise (Roger 1997 : 64-82) que beaucoup ne maîtrisent pas. Bon nombre de mes interlocuteurs paysans ne « voyaient » pas le paysage (*fengjing*), et certains ne connaissait pas le sens même du mot. En effet, dans ces villages, c'est le *fengshui*, ou géomancie, et non pas l'esthétique paysagère qui constitue la base des rapports à l'espace et à l'environnement. Ceci démontre une fois de plus que le paysage appartient aux agents qui en ont la gestion (c'est-à-dire les autorités et investisseurs) ainsi qu'aux touristes qui le consomment, et non aux habitants locaux. Si les réglementations qui régissent les *mingsheng* définissent le paysage comme étant une « ressource » (ministre des Affaires d'État, 2006), dans la pratique, seuls ceux qui le voient sont capables d'en disposer. Il s'agit alors d'une autre forme d'appropriation de l'espace rural par le regard touristique¹⁴.

Certains habitants de deux villages voisins du parc ont tout de même mesuré cette injustice, et ont récemment réclamé des dédommagements aux gérants du parc en arguant que leurs villages et leurs champs faisaient partie des paysages autour du parc (Sun et Bao 2007 : 87). À leurs yeux, puisque ces paysages sont appréciés par les touristes et constituent l'un des attraits du parc, il est normal que ce dernier leur verse une somme d'argent pour leur rôle dans leur entretien. Ils ont également fait valoir que ces paysages sont le fruit du dur labeur de leurs ancêtres. À plusieurs reprises, des villageois ont participé à des actions collectives devant le siège administratif du parc jusqu'à ce que ce dernier, soucieux de garder de bonnes relations avec ses voisins, ait cédé à leurs demandes et se soit engagé à privilégier les habitants de ces deux villages pour les emplois à l'intérieur du parc.

Le village de Chuanyan à Yangshuo, évoqué plus haut, constitue un autre cas où des villageois ont réussi à s'approprier partiellement le regard touristique. Malgré le sentiment d'injustice à l'égard des autorités locales à la suite de la construction du parc, les villageois ont longtemps profité du tourisme en vendant des souvenirs, de la nourriture, ou des voyages en radeau. Les revenus de ces activités ont largement compensé les pertes provoquées par l'expropriation de leurs terres et a permis à de nombreuses familles d'envoyer leurs enfants à l'école et à l'université dans les grandes villes et même à l'étranger. Cependant, les relations entre la direction du parc et les villageois se sont rapidement dégradées en 2002 quand ces derniers se sont vus interdire de faire du commerce à l'intérieur du

14. Les mêmes réglementations interdisent la construction de tombeaux dans les paysages définis comme *mingsheng* alors que la situation des tombeaux est un des éléments fondamentale de la géomancie chinoise et un moyen par lequel les individus maîtrisent leur espace.

parc. Cette interdiction a été renforcée par l'envoi d'un groupe d'hommes musclés qui a confisqué les radeaux et les a brûlés devant le village. Les autorités du parc ont déclaré que, désormais, si les habitants voulaient conduire des touristes en radeau, ils devaient le faire seulement par l'intermédiaire du parc, touchant en retour un salaire journalier.

Les villageois, pour lesquels les revenus du tourisme étaient devenus indispensables, ont perçu ceci comme une grave atteinte à leurs moyens de survie. Sous la direction du chef du comité villageois, les habitants de Chuanyan ont fondé une entreprise dénommée « La compagnie de Liu Sanjie », d'après le personnage du film éponyme, dont tous les villageois sont actionnaires. Ils ont également aménagé une partie du village en site pittoresque comprenant un musée d'anciens outils agricoles, qu'ils ont nommé « La maison de Liu Sanjie », et une grotte aménagée. Ils proposent également des voyages en radeau en compagnie d'une chanteuse habillée en costume folklorique, qui fait la sérénade aux touristes lorsqu'ils admirent le paysage et boivent le thé. Pour aménager la grotte ils ont fait appel aux hommes âgés du village ayant reçu une éducation classique avant la révolution communiste. Ceux-ci ont nommé les différentes parties de la grotte selon la tradition lettrée et ont inscrit des poèmes sur les murs, en l'occurrence des poèmes de Mao Zedong, le « poète des paysans ».

Défiant les autorités du parc, les villageois ont ouvert leur propre entrée du parc à cinquante mètres de l'entrée « officielle » au nouvel An 2003. Malgré plusieurs mois d'affrontements musclés avec la direction du parc soucieuse de protéger ses revenus, celle-ci a finalement cédé sur l'accès au banian. Les conflits entre les deux parties ne sont pas prêts de finir, mais quelque soit leur dénouement, le cas de Chuanyan montre la possibilité, aussi réduite soit-elle, que les paysans ont de s'approprier le regard touristique et de s'en servir pour leur profit. Pour ce faire, les villageois de Chuanyan ont bénéficié d'une longue période de socialisation auprès des touristes durant laquelle ils ont intériorisé les discours et les attentes de la culture dominante. D'autre part, les connaissances acquises par les personnes vivant à l'extérieur du village leur ont permis de mieux s'organiser, en adaptant les structures collectives léguées par la période maoïste, pour faire face aux pressions des autorités locales.

Conclusion

Le cas de Chuanyan nous rappelle ces Balinais observés par Michel Picard qui « ne sont pas les objets passifs du regard touristique, mais des sujets actifs qui construisent des représentations de leur culture à l'usage des touristes, des représentations fondées à la fois sur leurs propres systèmes de références et sur leur interprétation du désir des touristes. » (2001 : 120). Ou encore ces villageois de Guizhou observés par Tim Oakes qui, dans la rencontre touristique, « construisent leur propre subjectivité moderne » (1998 : 48). Les villageois de Chuanyan et d'autres lieux autour de Yangshuo ne sont pas passifs face au développement du tourisme et emploient diverses stratégies individuelles et collectives pour en bénéficier. Cependant, comme des chercheurs chinois l'ont récemment souligné, les communautés balinaises possèdent « un pouvoir de négociation beaucoup plus fort que celui de paysans chinois » (Sun et Bao 2007 : 15). Selon eux, le tourisme rural en Chine est « une forme de connivence entre dominants » (*Ibid.* : 18), entre investisseurs et gouvernements locaux. La possibilité qu'ont les paysans autour de Yangshuo de « construire des représentations de leur culture » est très limitée. Les habitants de Chuanyan doivent ainsi occulter leur propre système de référence (par exemple la sacralité du banian), pour se conformer au regard paysager et orientalisant des touristes urbains.

Le pôle de la modernité pour ces paysans se situe ailleurs que dans les campagnes, et ce n'est pas dans la « rencontre » touristique, trop inégale, qu'ils peuvent négocier leur « subjectivité moderne ». Cela se reflète dans leurs propres formes de mobilité vers les villes, où le désir de « voir le monde », c'est-à-dire les grands centres urbains, est aussi important que les motivations économiques.

Dans ce contexte, où les touristes à Yangshuo ne sont accueillis qu'avec l'image de leurs propres désirs, il est difficile, voir impossible, de cerner ce qui est « authentique ». Il est évident qu'une préoccupation pour l'« authenticité » est au cœur de la démarche d'un grand nombre de touristes occidentaux. Un couple de touristes français, qui faisaient partie d'un groupe touristique que j'ai accompagné récemment en Chine m'a expliqué leur choix de voyage ainsi : « Nous aimons les pays authentiques avec des gens authentiques, mais aujourd'hui il faut aller de plus en plus loin pour en trouver ». C'est un exemple frappant des contradictions de la modernité qui « permet d'imaginer une vie authentique, alors que paradoxalement elle met en mouvement des forces qui rendent cette authenticité de plus en plus difficile à atteindre » (Oakes 1998 : 24). Si l'intérêt porté par les touristes chinois aux ethnies minoritaires et à leurs méthodes de fabrication artisanale semble démontrer le même souci d'authenticité, nous avons également vu que cet intérêt a des racines plus spécifiquement chinoises. Dans la pratique, la grande majorité des touristes chinois ne se soucient pas de l'« authenticité » de leurs expériences touristiques. Des guides chinois se disent conscients de cette différence, et doivent en conséquence adapter leur travail selon leur clientèle. Pour eux, ces différences s'expliquent par la relative nouveauté du tourisme en Chine et du fait que les touristes chinois n'ont pas eu le temps d'affiner leurs goûts pour différencier ce qui est « authentique » de ce qui ne l'est pas. Pour notre part, ces différences relèvent de la tradition du tourisme lettré dans laquelle il est accepté, et même nécessaire à l'appréciation d'un site, qu'il soit reconnu et médiatisé par un ensemble de références littéraires et culturelles. Ce n'est pas l'authenticité qui est valorisée mais l'embellissement d'une réalité par l'artifice de la civilisation qui est, depuis ses origines, au cœur du concept du site dans le tourisme chinois. D'autre part, la modernité continue à exercer un fort pouvoir d'attraction sur les touristes chinois, qui n'en sont pas suffisamment désenchantés pour vouloir se lancer dans une quête d'authenticité.

Aujourd'hui, certains en Chine rejettent le tourisme de masse et ridiculisent le « tourisme paysager traditionnel » pour lequel « la Nature est perçue comme un objet de consommation, et la relation entre le touriste et le paysage est réduite à une transaction commerciale » (Shen 2006 : 10). Le même auteur, un défenseur de l'« éco-tourisme » (« *shengtai luyou* »), critique le surdéveloppement des sites touristiques à Guilin et Yangshuo, transformant une citation souvent associée à la région : « les plus beaux paysages sous le ciel » en « les paysages les plus artificiels sous le ciel » (*shanshui jia tianxia*). Cette dichotomie entre paysages « artificiels » et « authentiques » est étrangère à la tradition paysagère chinoise et montre l'influence du regard paysager romantique. Si on doit applaudir sa volonté de réduire les effets néfastes du surdéveloppement touristique et s'il est également vrai que l'influence du tourisme lettré a des implications particulières pour le développement du tourisme en Chine, il n'y a pas de raison de croire que l'idéalisation de la nature sauvage soit mieux adaptée pour réduire ces effets néfastes¹⁵. Le contrôle, par

15. Il suffit de voir comment cet idéal a été utilisé dans d'autres contextes de fortes inégalités sociales par des groupes dominants pour exproprier les terres des habitants ruraux (Giraut *et al.* 2005).

des réseaux économiques et politiques, d'un tourisme rural dont les ruraux eux-mêmes sont largement exclus s'inscrit dans un contexte plus large de fortes inégalités sociales, dont il est difficile d'imaginer qu'elles ne soient perpétuées et renforcées par le regard touristique, fût-il « romantique » ou « lettré ».

Références citées

- ANAGNOST, Ann S., 1997. *National Past-Times: Narrative, Representation and Power in Modern China*. Durham: Duke University Press.
- BONNIN, Michel, 2004. *Génération perdue : le mouvement d'envoi des jeunes instruits à la campagne en Chine, 1968-1980*. Paris : EHESS.
- BREIDENBACH, Joana et Pál NYÍRI, 2007. "Our Common Heritage", New Tourist Nations, Post-'Socialist' Pedagogy, and the Globalization of Nature", *Current Anthropology*, 48 (2), pp. 322-330.
- BROOK, Timothy, 1998. *The Confusions of Pleasure: Commerce and Culture in Ming China*. Berkeley: University of California Press.
- CAHILL, James, 1992. "Huang Shan Paintings as Pilgrimage Pictures" in Susan Naquin and Yu Chun-Fang (eds), *Pilgrims and Sacred Sites in China*, pp. 246-292. Berkeley: University of California Press.
- CHAN, Yuk Wah, 2006. "Coming of Age of the Chinese Tourists: The Emergence of Non-Western Tourism and Host-Guest Interactions in Vietnam's Border Tourism", *Tourist Studies*, 6, pp. 187-213.
- CHENG, Tiejun et Mark SELDEN, 1994. "The Origins and Social Consequences of China's Hukou System", *The China Quarterly*, 139, pp. 644-668.
- CLSA, 2005. "China Outbound Tourism Industry Ready to Boom", accessible sur www.clsa.com, consulté le 15 mai 2008.
- COHEN, Eric, 1994. "Contemporary Tourism – Trends and Challenges: Sustainable Authenticity or Contrived Post-modernity?", in Richard Butler et Douglas Pearce (eds), *Change in Tourism: People, Places, Processes*, pp. 12-29. Londres: Routledge.
- CNTA (China National Tourism Agency), "2007 nian guonei luyou jiben qingkuang" (« Résumé général du tourisme interne en 2007 »), accessible sur www.cnta.gov.cn, consulté le 17 mai 2008.
- DAVID, Béatrice, 2007. « Tourisme et politique : la sacralisation touristique de la nation en Chine », *Hérodote*, 125, pp. 143-156.
- EVRRARD, Olivier, 2006. « L'exotique et le domestique – Tourisme national dans les pays du Sud : réflexion depuis la Thaïlande », *Autrepart*, 40, pp. 151-167.
- FAN, Chengda, 1991 [1174]. *Guikai yuheng zhi (Monographie de la prédication et la mesure de la mer d'osmanthes)*. Pékin: Zhonghua Shuju.
- GIRAUT, Frédéric, Sylvain GIRAU et Myriam HOUSSAY-HOLZSCHUCH, 2005. « La nature, les territoires et le politique en Afrique du Sud », *Annales Histoire, Sciences sociales*, 60 (4), pp. 695-720.
- GLADNEY, Dru, 2004. *Dislocating China: Muslims, Minorities and Other Subaltern Subject*. London: Hurst and Company.
- GUO, Xiaolin, 2001. "Land Expropriation and Rural Conflicts in China", *The China Quarterly*, 166, pp. 422-439.
- HUTCHINGS, Graham, 1986. "A Province at War: Guangxi during the Sino-Japanese Conflict, 1937-45", *The China Quarterly*, 108, pp. 652-679.
- HO, Peter, 2001. "Who Owns China's Land: Policies, Property Rights and Deliberate Institutional Ambiguity", *The China Quarterly*, 166, pp. 394-421.
- KAHN, Joseph, 2004. "China's Leader Urges Shift in Development to Rural Areas", *New York Times*, 4 mars.
- KAUP, Katherine Palmer, 2000. *Creating the Zhuang: Ethnic Politics in China*. Boulder: Lynne Rienner.

- MACCANNELL, Dean, 1976. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New-York: Schocken Books.
- McKHANN, Charles, 2001. « Tourisme de masse et identité sur les marches sino-tibétaines : Réflexions d'un observateur », *Anthropologie et Sociétés*, 25 (2), pp. 35-54.
- MINISTRE DES AFFAIRES D'ÉTAT, 2006. "Fengjing mingsheng qu tiaoli" (« Réglementations des sites pittoresques et célèbres »), accessible sur www.gov.cn, consulté le 23 janvier 2007.
- NAUGHTON, Barry, 1995. "Cities in the Chinese Economic System" in Deborah S. Davis *et al.* (eds), *Urban Spaces in Contemporary China*, pp. 61-89. Cambridge: Cambridge University Press.
- NIQUET, Valérie, 1997. "Tourism: Marketing China", *China News Analysis*, 1606, pp. 1-10.
- NOTAR, Beth E., 2006. *Displacing Desire: Travel and popular culture in China*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- NYIRI, Pál,
2006. *Scenic Spots: Chinese Tourism, the State, and Cultural Authority*. Seattle: Washington University Press.
2005. "Scenic Spot Europe: Chinese Travellers on the Western Periphery", accessible sur www.espacesTemps.net, consulté le 13 janvier 2007.
- OAKES, Tim, 1998. *Tourism and modernity in China*. Londres: Routledge.
- WTO (World Tourism Organisation), 2005. "Indicators of Sustainable Development for Tourism in Yangshuo China", accessible sur www.world-tourism.org, consulté le 15 février 2007.
- PICARD, Michel, 2001. « Bali: vingt ans de recherches », *Anthropologie et Sociétés*, 25 (2), pp. 109-127.
- ROGER, Alain, 1997. *Court traité du paysage*. Paris : Gallimard.
- SAÏD, Edward, 1978. *Orientalism*. New York: Vintage Books.
- SCHEIN, Louisa, 1997. "Gender and Internal Orientalism in China", *Modern China*, 23 (1), pp. 69-98.
- SHEN, Congwen, 2004 [1936]. *Xiang xing sanji (Ecrits divers sur mes voyages dans le Hunan)*. Pékin: Renmin wenxue.
- SHEN, Xiaohui, 2006. "Shengtai lüyou: Yao jujue shehua yu rengong hua" (« Tourisme écologique: il faut éviter l'extravagance et l'artifice »), *Ziran zhiyou tongxu*, 46, pp. 10-12.
- STRASSBERG, Richard E., 1994. *Inscribed landscapes: travel writing from imperial China*. Berkeley: University of California Press.
- SUN, Jiuxia et Bao JIGANG,
2006. "Shequ canyu de lüyou renleixue yanjiu: Yangshuo Shiwai Taoyuan anli" (« Étude d'anthropologie du tourisme sur la question de la participation communautaire: Le cas du 'Parc de la source des pêcheurs hors de ce monde' à Yangshuo »), *Guangxi minzu xueyuan bao*, 26 (1), pp. 82-90.
2007. « Differences in community participation in tourism development between China and the West », *Chinese Sociology & Anthropology*, 39 (3), pp. 9-27.
- TAN, Chee-Beng, Sydney CHEUNG et Yang HUI (eds), 2001. *Tourism, Anthropology and China*. Bangkok: White Lotus Press.
- THIREAU, Isabelle et Hansheng WANG (éds), 2001. *Disputes au village chinois : formes du juste et recompositions locales des espaces normatifs*. Paris: EHESS.
- URRY, John, 1990. *The tourist gaze*. Londres: Sage.
- WANG, Qingsheng,
2006. *Xianjing Yangshuo, menghua jiayuan (Paysages fantastiques de Yangshuo, pays natal des rêves)*. Guilin: Lijiang Chubanshe.
2004. *Yangshuo daoyou (Guide de Yangshuo)*. Yangshuo : Bureau du tourisme.

- WU, Yongyun, 1997. “‘Wenhua Xiaxiang’ qianyi” (« Remarques préliminaires sur ‘l’envoi de la culture dans les campagnes’ »). *Anhui Ribao*, 21 mars.
- XU, Gang, 1999. *Tourism and Local Economic Development in China: Case Studies of Guilin, Suzhou and Beidaihe*. Richmond: Curzon.
- XU Xinxian, 1920 [1673]. *Yangshuo Xianzhi (Monographie locale de Yangshuo)*. 4 vol., manuscrit.
- ZHANG, Jiaxin, 2004. *Mingdai de lüyou shenghuo (La vie touristique de la dynastie Ming)*. Yilan: Mingshi yanjiu xiaozu.