

Revue internationale Animation, territoires et pratiques socioculturelles
International Journal of Sociocultural community development and practices
Revista internacional Animación, territorios y prácticas socioculturales



Le touriste comme figure postmoderne du pèlerin

Sabrina Alaïs

Numéro 20, 2021

Évolution des formations et des usages
Evolution of training and uses
Evolución de la formación y de los usos

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1087674ar>
DOI : <https://doi.org/10.55765/atps.i20.866>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Département de communication sociale et publique, Université du Québec à Montréal

ISSN

1923-8541 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Alaïs, S. (2021). Le touriste comme figure postmoderne du pèlerin. *Revue internationale Animation, territoires et pratiques socioculturelles / International Journal of Sociocultural community development and practices / Revista internacional Animación, territorios y prácticas socioculturales*, (20), 75–90.
<https://doi.org/10.55765/atps.i20.866>

Résumé de l'article

La question du touriste comme pèlerin reflète l'exigence d'authenticité de la part de personnes aspirant à transcender chacune de leur expérience touristique en une découverte originale et expérientielle de l'être. Plus encore, on peut affirmer que tout touriste est en définitive un pèlerin à des degrés divers, car c'est dans sa manière de pratiquer le voyage qu'il rejoint cet apôtre du déplacement inspiré. Le pèlerin est la figure mythique du désir d'intériorité dans l'ailleurs. En effet, la quête identitaire à travers l'expérience intime du local et de l'humain lui permet de vivre la rencontre avec l'autre sur le mode du mysticisme, de renouer avec une certaine authenticité de son être dans une tentative de revenir à l'essentiel dans un élan de conquête d'un soi dont la découverte s'opère par le monde, dans le monde et à travers son immersion dans le monde. Or, n'est-ce pas exactement ce à quoi aspire le touriste ?

© Sabrina Alaïs, 2021



Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

<https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/>

érudit

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

<https://www.erudit.org/fr/>



Le touriste comme figure postmoderne du pèlerin

Sabrina Alais

Université du Québec à Trois-Rivières
Sabrina.Alais@uqtr.ca

La question du touriste comme pèlerin reflète l'exigence d'authenticité de la part de personnes aspirant à transcender chacune de leur expérience touristique en une découverte originale et expérimentielle de l'être. Plus encore, on peut affirmer que tout touriste est en définitive un pèlerin à des degrés divers, car c'est dans sa manière de pratiquer le voyage qu'il rejoint cet apôtre du déplacement inspiré. Le pèlerin est la figure mythique du désir d'intériorité dans l'ailleurs. En effet, la quête identitaire à travers l'expérience intime du local et de l'humain lui permet de vivre la rencontre avec l'autre sur le mode du mysticisme, de renouer avec une certaine authenticité de son être dans une tentative de revenir à l'essentiel dans un élan de conquête d'un soi dont la découverte s'opère par le monde, dans le monde et à travers son immersion dans le monde. Or, n'est-ce pas exactement ce à quoi aspire le touriste ?

Mots-clés : Authenticité, expérience, touriste, mysticisme, pèlerinage.

The question of the tourist as a pilgrim reflects the demand for authenticity on the part of tourists aspiring to transcend each of their tourist experience into an original and experiential discovery of being. Moreover, we can assert that every tourist is ultimately a pilgrim to varying degrees, for it is in the way he travels that he joins this apostle of inspired displacement. The pilgrim is the mythical figure of the desire for interiority in the elsewhere. Indeed, the quest for identity through the intimate experience of the local and the human allows him to experience the encounter with the other in the mode of mysticism, to reconnect with a certain authenticity of his being in an attempt to return to the essential, in a surge of self-conquest, whose discovery takes place through the world, in the world and through its immersion in the world. Now, isn't this exactly what the tourist aspires to?

Keywords: Authenticity, experience, tourist, mysticism, pilgrimage.

La cuestión del turista como peregrino refleja la exigencia de autenticidad por parte de personas que aspiran a trascender cada una de su experiencia turística en un descubrimiento original y experiencial del ser. Más aún, se puede afirmar que todo turista es en definitiva un peregrino en diverso grado, porque en su modo de practicar el viaje se une a este apóstol del viaje inspirado. El peregrino es la figura mítica del deseo de interioridad en el otro lado. En efecto, la búsqueda de la identidad a través de la experiencia íntima del local y del humano le permite vivir el encuentro con el otro en el modo del misticismo, volver a una cierta autenticidad de su ser en un intento de volver a lo esencial en un impulso de conquista de un yo cuyo descubrimiento se opera por el mundo, en el mundo y a través de su inmersión en el mundo. Ahora bien, ¿no es eso exactamente a lo que aspira el turista?

Palabras clave: Autenticidad, experiencia, turista, misticismo, peregrinación.

Introduction

Multidisciplinaire, la recherche d'un paradigme qualitatif constructiviste inscrite dans la phénoménologie herméneutique heideggerienne est basée sur l'analyse de données recueillies au cours d'une enquête de terrain multi-située. Elle porte sur la manière dont les touristes appréhendent la découverte des patrimoines, tandis qu'ils pratiquent en automobile des routes et des circuits touristiques officiels dûment signalisés du Québec¹. La province offre un large éventail d'écosystèmes, de ressources naturelles (ministère des Forêts, de la Faune et des Parcs, 2016-2020 et 2018) et d'activités touristiques facilement accessibles grâce à l'un des réseaux routiers les plus denses du monde avec 228 300 km de routes. De plus, elle abrite sur son sol deux routes touristiques d'importance historique et patrimoniale majeure : le Chemin du Roy, la plus ancienne route carrossable du Canada et la Route de la Nouvelle-France, l'une des plus vieilles artères de l'Amérique du Nord. En fait, le terrain d'investigation est circonscrit à cinq routes et circuits touristiques officiels signalisés sélectionnés : le Chemin du Roy, la Route de la Nouvelle-France, la Route du Fjord, le Circuit du Paysan et la Route des Vins Brome-Missisquoi. Tous ont également été choisis au regard de la diversité des programmations culturelles ayant cours le long de leurs itinéraires, le pouvoir d'attraction de celles-ci faisant rayonner les régions desservies par le biais de la promotion de l'histoire, la mémoire et l'identité nationale du Québec. Ainsi, limitée spatialement, la recherche analyse, d'une part, la route comme rhizome menant aux patrimoines accessibles le long de son itinéraire et, d'autre part, elle l'étudie en tant que raison d'être du voyage, induisant la poétique du déplacement, soit la survivance postmoderne du mythe de la route.

Recension des écrits

La figure du touriste comme pèlerin est abordée par Érik Cohen dans son article intitulé *A Phenomenology of Tourist Experiences* (1979). Il s'agit de l'une des premières typologies de l'expérience touristique ayant pour but d'élaborer une définition du touriste, que son auteur rapproche du pèlerin, autour de la notion de « centre ». Le sociologue examine le lieu et l'importance du tourisme dans la vie moderne de l'individu et soutient qu'ils sont issus de sa vision totale du monde. Ils seraient corrélatifs de la question qui consiste à savoir si l'individu adhère à un « centre » ainsi que de l'emplacement de ce « centre » par rapport à la société dans laquelle il vit. Phénoménologiquement, les modes distincts d'expérience touristique sont liés à différents types de relations à l'œuvre entre un individu et une variété de centres (Cohen, 1979 : 179-180).

Ce terme s'inspire de la notion de « centre » développée par Mircea Eliade dans *The Myth of Eternal Return*. Pour ce dernier, chaque « cosmos » religieux possède un centre qui est avant tout « la zone du sacré par excellence, celle de la réalité absolue » (Eliade, 1969 : 30). Dans les images cosmologiques traditionnelles, il est le point où l'*axis mundi* pénètre la sphère terrestre, « [...] le point de rencontre du ciel, de la terre et de l'enfer », c'est-à-dire le centre du monde (Idem : 24). Ainsi, toute création humaine se rapportant à la cosmogonie devient à son tour un centre, puisqu'elle répète la Création. Toutefois, le centre n'est pas nécessairement géographique, au cœur de l'espace de vie de la communauté des croyants.

1. Dix-huit routes et circuits font actuellement partie du programme gouvernemental de signalisation des routes et des circuits touristiques du Québec, originellement mis en place en 1996 par le ministère du Tourisme, en collaboration avec le ministère des Transports et les Associations touristiques régionales associées du Québec (Dumoulin et Trépanier, 2006 : 5). Ce programme gouvernemental subit une révision à la suite d'une vaste recherche, menée en 2012-2013 par la Chaire de tourisme Transat (ESG, UQAM).

Cohen s'inspire également des recherches de Edward Shils. Celui-ci considère que chaque société possède un « centre », soit la liaison charismatique de ses valeurs suprêmes et morales ultimes (Shils, 1975 : 3-16). La conception du « centre » de Shils est approfondie par Shmuel Noah Eisenstadt. Ce dernier distingue plusieurs centres ; par exemple, politique, religieux ou culturel. Dans la société moderne, ces centres ne se chevauchent pas nécessairement et leurs symboles suprêmes peuvent être situés de manière différentielle. Le centre spirituel de l'individu, religieux ou culturel, est un centre qui symbolise des significations ultimes (Eisenstadt, 1968 : 256-279) pour lui. Ce centre est celui dont Cohen s'inspire largement pour son article. Il le définit de la manière suivante : le centre spirituel de l'individu moderne est normalement situé à l'intérieur des confins de sa société et celui-ci se conforme aux valeurs ultimes de cette société. Une telle conformité peut générer des tensions et des insatisfactions dont l'individu s'affranchit par le biais de différents types de loisirs et d'activités récréatives. Ces activités se déroulent dans des contextes distincts et ne font pas partie de la vie réelle. Elles demeurent pourtant fonctionnelles, car si elles permettent à l'individu de se libérer des tensions accumulées, elles renforcent surtout son allégeance au centre, à long terme. Le tourisme est une activité récréative par excellence parce qu'il est une forme de fuite temporaire de son propre centre, mais en relation avec la biographie de l'individu, ses plans de vie et ses aspirations. Il est une signification périphérique et reste fonctionnel, tant qu'il ne devient pas central dans la vie de l'individu, et aussi longtemps qu'il réglera ses tensions et ses insatisfactions. Il rafraîchit et restaure l'individu, sans altérer ses motivations à accomplir ses tâches de la vie quotidienne. Cela signifie que le tourisme est essentiellement un renversement temporaire des activités quotidiennes. Il s'apparente à un non-travail, un sans-souci, une économie de tension, dépourvu de sens plus profond : il est un « congé », à savoir un temps de « vacances ». Si le tourisme devenait central, l'individu deviendrait « déviant ». Il serait considéré comme « en retraite », se désengageant, fuyant les devoirs que lui impose sa société (Cohen, 1979 : 181).

De nos jours, nombre d'individus sont aliénés par la société dans laquelle ils vivent. Certains peuvent en être si exclus qu'ils ne voient aucun centre. Ils ne cherchent d'ailleurs aucun centre symbolisant des significations ultimes. D'autres, conscients de l'irréversible perte de leur centre, veulent expérimenter indirectement une participation authentique dans le centre de leurs semblables, bien moins modernes qu'eux. Puis, ceux que Vytautas Kavolis décrit comme étant « postmodernes » possèdent souvent une « personnalité décentralisée » : ils oscillent entre différents centres, tournant quasiment cette quête en but de leur vie (Kavolis, 1970 : 435-448). Finalement, certains imaginent que leur centre spirituel se situe ailleurs, dans une société ou une culture autre que la leur. Dans le cadre de chacune de ces attitudes possibles à l'égard du centre, le tourisme sera doté d'une signification différente. Ainsi, influencé par les recherches de son époque, Érik Cohen s'intéresse spécifiquement au centre spirituel de l'individu, soit celui qui symbolise les croyances et les valeurs personnelles ultimes faisant sens pour lui. Il démontre que pour chaque type de centre, le tourisme revêt différentes significations et qu'une phénoménologie des modes d'expériences touristiques permettrait de lier ces dites expériences à des formes alternatives de relations, s'établissant entre une personne moderne et des centres variés (Cohen, 1979 : 181-182). À ce titre, il distingue cinq catégories d'expériences touristiques :

1. *Recreational mode* : le tourisme récréatif est celui qui se vit le plus de manière hédoniste et consumériste.
2. *Diversiary mode* : le tourisme de diversion est un mouvement loin du centre qui sert à renforcer l'adhésion au centre.

3. *Experiential mode* : le tourisme expérientiel concerne principalement les jeunes de la classe moyenne de la société postmoderne. Dépourvus de centre, ils ont pris conscience de leur exclusion sociale et de la vacuité de leur quotidien. En outre, ils se révèlent incapables de mener une vie authentique à la maison. Ce mode de tourisme est pour certains une alternative qui permet de trouver du sens, ailleurs, au-delà des frontières de leur centre, bien que l'authenticité qu'ils expérimentent dans la vie d'autrui demeure superficielle et esthétique, c'est-à-dire vécue de manière extérieure en étant certes fascinés, mais nullement impliqués.

4. *Experimental mode* : le tourisme expérimental est le fait d'individus qui n'adhèrent plus au centre spirituel de leur propre société et qui préfèrent entreprendre la quête d'un centre alternatif, dans différentes directions.

5. *Existential mode* : le tourisme existentiel est caractéristique du voyageur pleinement engagé dans un centre spirituel choisi, soit un centre externe au centre traditionnel de sa société et de sa culture d'origine. L'acceptation d'un tel centre est phénoménologiquement plus proche d'une conversion religieuse, bien que le contenu des symboles et des valeurs ne doit pas être « religieux » au sens strict du terme.

Une phénoménologie des cinq modes d'expériences touristiques lie ces expériences à des formes alternatives de relations qui s'établissent entre l'individu et des centres variés. L'objectif de Cohen est de révéler la vraie nature de l'expérience touristique, tandis qu'il définit le tourisme comme étant la conquête d'un centre ou de plusieurs centres au cours de laquelle l'individu peut entreprendre l'absolue régénération de son soi. Effectivement, le contact avec l'authentique lui permet de s'accomplir ultimement, de renaître, de trouver du sens à ce qui le définit, l'habite et l'inspire dans son quotidien. L'expérience touristique authentique peut aussi bien consister en la découverte de cultures autres, la rencontre avec des populations aux mœurs insolites ou le partage de la vie journalière des autochtones. Cette mise en présence de l'authenticité à soi revient à apprécier le pittoresque de l'esprit humain pour trouver du sens à sa propre réalité.

L'originalité de l'article réside dans le fait que Cohen élabore une définition du touriste en relation avec la figure du pèlerin. Il s'agit là d'une association que Dean MacCannell avait déjà effleurée, avant lui, dans *Staged Authenticity : Arrangements of Social Space in Tourist Settings* (1973). Selon MacCannell, ce qui rapproche le touriste du pèlerin est sa quête d'expériences authentiques dans son désir partagé de faire un « tour » dans l'altérité. Le pèlerin visite un lieu où un événement d'importance religieuse s'est déroulé. Le touriste se présente sur les lieux d'importance sociale, historique et culturelle (MacCannell, 1973 : 593) officiellement reconnue.

D'ailleurs, l'auteur estime que cette quête constitue une problématique majeure du monde contemporain. Dans son ouvrage intitulé : *The tourist : A new theory of the Leisure Class* (1976), il affirme que le tourisme reflète les déplacements et les différenciations de la société moderne. La différenciation structurelle sociale réfère au développement de la société ou à sa modernisation. Par différenciation, MacCannell désigne la totalité des différences entre les classes sociales, les modes de vie, les groupes raciaux et ethniques, les classes d'âge, les groupes politiques et professionnels, et la représentation mythique du passé au présent (MacCannell, 1999 : 11). En outre, il estime que le tourisme est potentiellement voué à l'échec, car alors même qu'il tente de construire des totalités, il ne fait que célébrer la différenciation avec d'autres cultures, peuples, valeurs, conceptions, industries, etc. (Idem : 13). De plus, il soutient que les tours modernes sont de vastes programmes de cérémonie impliquant de longues chaînes de rites obligatoires. Il reprend la définition du rituel qu'en donne Erving Goffman, à savoir un sens du devoir dans la

conscience individuelle, bien que ce devoir puisse être souvent accompli avec plaisir et permette de s'intégrer socialement (Goffman, 1973 : 73) De nos jours, les visites guidées seraient résumées à une succession de rites obligatoires : par exemple si on visite l'Europe, il faut voir Paris ; si on va à Paris, il faut voir Notre-Dame, la tour Eiffel, le Louvre, et si on se rend au Louvre, il faut voir la Vénus de Milo, et bien sûr Mona Lisa. De cette manière, ces attractions sont transformées en lieux de pèlerinage. L'attitude rituelle du touriste commence avec l'acte de voyager, puis culmine quand il est en présence de ces attractions. Ces pèlerinages sont pratiqués chaque année par des millions de touristes, alimentant un système d'attractions qui sacralise les sites touristiques. (MacCannell, 1999 : 43). Cet aspect du tourisme sanctifie des villes, des lieux, des institutions ou des artefacts. Il tend à faire de celui qui le pratique un pèlerin des temps modernes en quête d'expériences authentiques, tel le pèlerin religieux de jadis, accomplissant une retraite spirituelle dont l'aspiration est de palper l'indicible Divin et de s'imprégner de l'absolue vérité de toute chose. Symboliquement, la quête de l'authentique fait du touriste une sorte de pèlerin de l'ailleurs et de la rencontre, un consommateur du sacré touristique.

Les théories de Cohen et de MacCannell se rejoignent en un point : la quête d'expériences authentiques. Pour le premier, le pèlerin voyage vers le centre de son monde, où l'ordre spirituel et cosmologique prévaut, tandis que le touriste circule en dehors de sa culture, attiré par les « autres », à la périphérie de son monde. Le pèlerin opère un déplacement vers son centre pour trouver du sens. Le touriste s'éloigne du sien pour trouver ailleurs et chez les autres, ce qui fait tant défaut en lui. Ainsi, la quête de l'authentique rapproche le touriste du pèlerin.

La conception du touriste comme pèlerin moderne a également été étudiée par Bauman (2010 ; 1996). Dans le chapitre *Vies brisées, stratégies brisées* de son ouvrage *La vie en miettes : expérience postmoderne et moralité*, Bauman consacre une longue réflexion sur l'interrelation établie entre la définition du désert et la figure du pèlerin, dont le flâneur, le vagabond, le touriste et le joueur seraient des successeurs. Le pèlerin est une figure aussi vieille que le christianisme et le désert est l'habitat qu'il se doit de choisir afin de se tenir à distance d'un quotidien tumultueux. En effet, le désert évoque une relative distanciation entre soi et ici, que Bauman définit comme étant :

[...] Nos devoirs et obligations, la chaleur et le supplice de la compagnie des autres, de leur regard, de leurs examens, demandes et attentes qui nous structurent et nous modèlent. Ici, dans la banalité du quotidien, nos mains étaient liées, de même que nos pensées. Ici, l'horizon était surchargé de huttes, de granges, de taillis, de vergers et de clochers. Ici, où que l'on aille, on se trouvait dans un lieu, et y être signifiait y rester coincé, faire ce dont ce lieu avait besoin (Bauman, 2010 : 36).

À l'inverse, le désert incarne l'absolue absence de traces humaines. Il est une terre vierge, non découpée en lieux et, pour cette raison, il est la terre de l'autocréation. Edmond Jabès, cité par Bauman, estime que le désert est :

[...] Un espace où tout pas cède au suivant qui l'annule et l'horizon signifie l'espoir d'un lendemain qui parle. On ne se rend pas dans le désert pour trouver son identité mais pour la perdre, perdre sa personnalité, devenir anonyme [...]. Puis quelque chose d'extraordinaire se produit : on entend parler le silence (Bauman, 2010 : 37)².

Le désert est la terre de l'absolu, puisqu'il est l'absence de limites, « l'archétype et la serre de la liberté crue, nue, primitive et essentielle (Bauman, 2010 : 37) ».

Si l'ermite médiéval se sentait si proche de Dieu dans le désert, c'était parce qu'il se sentait lui-même divin : délivré de l'habitude et de la convention, des besoins de son propre corps et des âmes des autres, de ses actions passées et de ses agissements présents. Selon les mots des théoriciens d'aujourd'hui, on pourrait dire que les ermites furent les

2. Bauman cite le poète français Edmond Jabès, *The Book of Questions*, vol. 2, p. 342 (*Le Livre des Questions*, Paris, Gallimard, 1963) et *The Book of Margins* (*Le Livre des marges*, Saint-Clément, Fata Morgana, 2001). Jabès cite, lui-même, l'écrivain français, Gabriel Bounoure : « [...] Le désert, en excluant la maison, ouvre un ailleurs infini aux pérégrinations essentielles de l'Homme. Ici, aucun ici n'a de sens », dans *The Book of Margins*, p. 16.

premiers à vivre l'expérience d'un moi « désenchanté » et « non encombré ». Leur pèlerinage vers Dieu était un exercice d'auto-construction (Bauman, 2010 : 37).

Alors, le touriste est un des successeurs du pèlerin, car tous deux partageant le goût de l'ailleurs flirtent avec ce que le sociologue appelle l'« éthique du désert », soit une fugue de l'« ici », le quotidien habité par le matériel et le superficiel. En s'éloignant de l'« ici », le pèlerin atteint l'« éthique du désert » dans le dépouillement et l'abandon des choses secondaires et prosaïques ; ce qui lui permet de rejoindre l'authentique de son monde, parce que le désert est l'absolue absence de traces humaines et de limites, la serre de la liberté primitive et essentielle (Bauman, 2010 : 37) où on entend parler le silence (Bauman, 2010 : 37). Le voyage automobile convoque l'« éthique du désert ». Elle offre au touriste la possibilité de transcender sa pratique de la route dans un mouvement d'autocréation, à l'image de la marche des pèlerins dans le désert. Dans cette éthique, l'intensité de l'« expérience de l'Être » prédomine. Il s'agit d'une implosion d'expériences : expérience de l'infini ou d'une forme d'absolu, en fuyant l'emprise sociale (Maffesoli, 2006 : 192). Alors, de son désir de plonger dans l'ailleurs, de s'accomplir lui-même comme un autre, d'accéder à d'autres réalités, de transcender son quotidien et sa modernité, par conséquent d'aller au-delà du superficiel, soit de courtiser l'authentique inviolée du monde et de son soi, le touriste rejoint le pèlerin.

Problématique

Le voyage sur la route peut donc rapprocher son pratiquant du pèlerin religieux de jadis, accomplissant une retraite spirituelle dont l'aspiration est de palper l'indicible Divin et de s'imprégner de l'absolue vérité de toute chose. Symboliquement, sa quête de l'authenticité fait du touriste un consommateur du sacré touristique, une sorte de pèlerin de l'ailleurs et de l'événement, cet avoir-lieu survenant à quelque chose ou à quelqu'un (Romano, 1998 : 36-37) : « L'événement n'est pas une propriété ou un attribut ontique, il se contente de se produire : il est le pur fait de survenir qui ne se manifeste que quand il a eu lieu, où rien n'a lieu que l'avoir-lieu lui-même : l'événement au sens strict » (Romano, 1998 : 39). Donc, elle le motive dans sa pratique réinventée du mythe de la route par la découverte du territoire, l'appréciation des patrimoines et les effets de rencontres avec les autres tandis qu'il chemine au seuil d'une situation liminale – où il se tient à l'écart des contraintes sociales (prescriptions, obligations, éthique de travail, etc.) – à la lumière de laquelle il se sent en contact avec son soi authentique. D'ailleurs, *hobos* et écrivains de la *Beat Generation* (à l'image de Jack Kerouac) l'ont bien compris, puisqu'ils firent du voyage sur la route un mode de vie basé sur la fuite de la modernité, au sein duquel l'introspection identitaire se réalise dans leur goût de l'altérité.

L'objet de la recherche consiste à identifier les motivations qui incitent le touriste à pratiquer l'*automobilité* comme mode de déplacement pour se retirer du quotidien, s'éloigner du temps utile, afin de jouir des patrimoines sur une route touristique, à une époque où la route au miroir d'un tourisme planétaire *rhizome* un monde touristiquement mis à nu.

L'étude du touriste comme pèlerin postmoderne permet de questionner les perceptions et les représentations que celui-ci a de son voyage et, par extension, de lui-même en tant que voyageur explorant le monde, avec autant d'ouverture et de réflexivité que le pèlerin qui, en son temps, abordait les paysages visités comme support de rapprochement avec le Divin. Mais, plus essentiellement, elle sert à analyser les changements culturels que l'éventail des activités touristiques insuffle aux sociétés, tout en provoquant chez le touriste une réflexion en rapport

avec la mémoire du lieu visité ainsi qu'une introspection de nature identitaire sur sa pratique touristique, son milieu, sa conception de l'environnement et son rapport avec l'autre.

Donc, au-delà de la simple exploration du monde par le biais des routes et des circuits touristiques, de quelle manière la pratique de la route amène des touristes à incarner la figure du pèlerin postmoderne ? Répondre à cette question de recherche exige de démontrer que l'usage de la route conduit certains touristes à endosser la figure du pèlerin postmoderne par l'évocation de leurs perceptions de la route et du mythe qui l'entoure, un demi-siècle après sa consécration en Amérique du Nord.

Méthode et considérations éthiques

La recherche qualitative s'inscrit dans la doctrine philosophique de la phénoménologie herméneutique, inspirée des recherches de l'Allemand Martin Heidegger sur l'interprétation et la question ontologique. Elle vise à comprendre la réalité sociale d'un phénomène à l'étude, à en saisir son essence, sa nature et son sens du point de vue des personnes qui ont en fait l'expérience et à étudier la signification de celle-ci telle qu'elle a été vécue par elles (Fortin et Gagnon, 2016 : 26-27, 31, 191-192).

Plusieurs méthodes de recherche qualitatives ont été utilisées. D'abord, l'observation participante³ plonge le chercheur en immersion prolongée sur son terrain. Elle lui permet de comprendre le fonctionnement, la signification des comportements et les phénomènes d'interaction animant les groupes de sujets à l'étude. Puis, l'ethnographie multi-située, théorisée en 1995, par l'anthropologue américain George E. Marcus sert à observer et à suivre en parallèle plusieurs terrains, acteurs et objets dans divers lieux en privilégiant leurs comparaisons, leurs différents niveaux d'interaction et l'examen des trajectoires mouvantes des gens, des récits et des objets (Marcus, 2010 ; 1995). Enfin, le pistage (*following* ou *tracking* chez Marcus, 2002 : 4) est la logique d'application sur le terrain de l'ethnographie multi-située. Elle consiste à suivre les origines du phénomène à l'étude, ses manifestations, ses ramifications et son évolution ; des paramètres auxquels les sujets demeurent subalternes, c'est-à-dire que ceux-ci subissent une domination systémique (Marcus, 1995 : 101).

Les données qualitatives recueillies par l'entremise de l'appareil photographique, de la caméra, du journal de bord, des notes de terrain et du guide d'entrevue semi-dirigée ont été triées et classées en fonction des thématiques, des situations et des phénomènes auxquels elles réfèrent ou qu'elles illustrent. Les entrevues semi-dirigées enregistrées sur caméra ont été transcrites en *verbatim*. Ensuite, l'examen, la comparaison et le croisement des *verbatim* ont été opérés dans le logiciel d'analyse des données qualitatives NVivo 12 Pro for Windows. L'intérêt était de faire émerger des thèmes, des catégories, des unités de sens et des modèles de référence (Fortin et Gagnon, 2016 : 360-363) en lien avec les questions de recherche.

Le groupe de touristes participants a été constitué sur la base d'un échantillonnage non probabiliste de type accidentel, également appelé par convenance. Les participants sont choisis en fonction de leur disponibilité et de leur accessibilité dans un lieu déterminé à un moment précis

3. C'est dans l'introduction des *Argonautes du Pacifique occidental* paru en 1922 que Bronislaw Malinowski questionne l'importance jusqu'alors accordée au travail de terrain scientifique. Il expérimente cette méthode de l'observation participante lors d'un séjour de deux ans (1915-1916 et 1918) chez les Mélanésiens des îles Trobriand, au nord-est de la Nouvelle-Guinée. Isolé, sans autre contact que la fréquentation quotidienne des indigènes, il acquiert une connaissance parfaite de leur langue vernaculaire. Malinowski est indiscutablement associé à la naissance des méthodes de terrain intensives qui ont révolutionné la méthode anthropologique.

(Fortin et Gagnon, 2016 : 263, 269). L'échantillon retenu réunit 22 touristes volontaires, âgés de 18 à 75 ans, principalement approchés au cours de leur activité touristique, dans des lieux d'intérêt disséminés le long des cinq routes et circuits touristiques officiels signalisés sélectionnés. Cette rencontre a été suivie d'une entrevue semi-dirigée d'environ une heure enregistrée sur caméra.

La route : une appréhension matérialiste de la liberté

La moitié des touristes participants appréhende la route d'un point de vue relativement utilitaire. Ils sont 11 à la considérer comme un simple médium de communication leur permettant de rejoindre les lieux de leurs divers intérêts patrimoniaux et touristiques. Un petit nombre l'envisage également comme un outil de découverte territoriale.

Sophie B., Doris S. et Lydia T. cultivent une pratique automobile de la route qui comble leurs différents impératifs de mobilité. Cette perception est partagée par Marie R. et son époux Patrick R., pour lesquels seule compte l'autonomie de leurs déplacements.

Louise L. affirme ressentir une certaine attirance à l'égard de la route tant qu'elle sert à voir le « plus de choses que l'on peut visiter ». À l'inverse, son fils, Yvan D. estime que la route est « juste un moyen de transport ». À l'instar d'Elsie R. et de son conjoint Jean P., le couple Jeanne B. et Florian S. partagent volontiers ce dernier avis. Si Jeanne B. n'aime guère conduire, Elsie R. et elle apprécient néanmoins le fait que la route leur permette de contempler des panoramas, de découvrir des territoires, d'atteindre leurs lieux d'intérêt touristique et de surcroît d'ouvrir la voie vers des lieux qui demeureraient inaccessibles sans son tracé.

La pratique automobile de la route demeure pour les répondants un facteur magnétique de vitesse et de mobilité. Elle garantit au conducteur la flexibilité de ses déplacements. Effectivement, celui-ci peut circuler à la vitesse voulue, à n'importe quel moment et dans n'importe quelle direction, tandis qu'il arpente ce macadam rhizomique. Il a le loisir de rejoindre efficacement tous les ailleurs rêvés, d'apprécier les merveilles de la nature et voit de ce fait son rayon d'action s'élargir à l'infini, comme le relate John Urry (2005 : 71).

Mythe de la route et échappée hors du monde

Pour son pratiquant, le mythe de la route consiste à fuir la modernité pour rejoindre l'authenticité du monde à travers l'« éthique du désert » par l'abandon de choses secondaires et prosaïques (Bauman, 2010 : 37) et l'« expérience de l'Être » (Maffesoli, 2006 : 192). Cela le conduit à opérer une introspection identitaire et à entrer en contact avec son « vrai » soi. Concrètement, pour le touriste, le mythe de la route se vit à travers la découverte du territoire (éthique du désert), l'appréciation des patrimoines et les rencontres avec l'altérité (expérience de l'Être) alors même qu'il se tient à l'écart des contraintes sociales dans la parenthèse de son voyage, loin de son centre⁴ (Cohen, 1979 : 181), son repli identitaire s'accomplissant dans son goût de l'ailleurs et des autres.

Pour la moitié de l'échantillon, la route est la raison d'être du voyage, car les caractéristiques du déplacement automobile propres au mythe de la route sont ce qui importe : sentiment grisant de liberté, frisson de l'aventure, effets de rencontre avec l'altérité, intériorité indexée sur la

4. Selon Érik Cohen, le centre spirituel de l'individu moderne est normalement situé à l'intérieur des confins de sa société et celui-ci se conforme aux valeurs ultimes de cette société.

reconnexion à soi ou encore le *dwelling-in-travel* (Clifford, 1997 : 2), *l'habiter dans le voyage*, soit une manière d'être dans le mouvement et le voyage perpétuels.

La seule notion de liberté rend la pratique automobile de la route intéressante pour Lydia T. Christine B. et son conjoint Martin N. nourrissent une vision similaire. En effet, ils veulent expérimenter à chaque nouveau départ le frisson de l'aventure et le goût exaltant de la liberté crue et essentielle. En outre, la route est une invitation à vivre librement son désir spontané de liberté pour Louise L., qui s'est déjà impulsivement lancée dans un voyage automobile vers l'Ontario.

Par ailleurs, si son fils Yvan D. estime emprunter principalement la route de manière utilitaire, il ne peut s'empêcher d'apprécier ses rencontres avec l'altérité au détour des kilomètres parcourus durant ses pérégrinations québécoises. Il s'agit également du cas de Katherine S. Celle-ci envisage la route en fonction d'une approche mystique de sa pratique, qui lui permet d'accéder à l'authentique involée de l'altérité : un autre, une autre culture, un autre paysage, une autre région, finalement d'autres visions cachées du monde.

Singulièrement, Gérard B. vit la pratique de la route telle une intériorité lui permettant de se reconnecter avec lui-même.

Enfin, Samuel G. aménage son temps et sa vie autour de sa pratique libertaire de la route, que celle-ci soit utilitaire durant ses déplacements professionnels ou mythique durant ses séjours touristiques. De tous les répondants, il est celui qui incarne le mieux l'aventureux du voyage, la pratique exaltée « jusqu'au-boutiste » et radicale du mythe de la route s'éclatant dans un *dwelling-in-travel* permanent : « C'est ma vie de faire la route [...] Vivre dans ma valise. C'est ça que je fais depuis un an et demi ».

Sept autres touristes ont choisi le *dwelling-in-travel* comme mode de vie saisonnier.

Carole L. habite plusieurs mois par année dans sa tente-roulotte afin de partir à l'aventure.

Louise L. et son conjoint, Edward F. se sont appropriés et ont réinventé le *dwelling-in-travel*. Sur un terrain de camping situé à 20 minutes de leur résidence principale, ils ont installé une roulotte qu'ils réintègrent comme résidence secondaire durant la saison estivale depuis deux décennies. Pour eux, vivre en camping tient de la magie constamment renouvelée de la rencontre avec leurs voisins de roulotte. Ils exotent leur quotidien, c'est-à-dire qu'ils sortent de leur routine, s'en libèrent et s'imbibent d'autres pratiques qui leur permettent de se sentir autres, différents de soi pour arriver au moment où la culture de leur quotidien se heurte avec la culture de la nouveauté, celle du camping. Ils se retrouvent alors face à eux-mêmes et ressentent l'exotisme de la culture du caravaning. Ainsi, ils évoluent entre sédentarité et nomadisme, à la fois partout et nulle part entre leurs deux chez-soi, leur appartement citadin représentant la stabilité du quotidien et la roulotte symbolisant la pratique aventurière de la route, toutefois investie comme alternative domiciliaire fixe. Louise L. et son conjoint empruntent symboliquement les outils du *dwelling-in-travel* alors qu'en définitive, leur véhicule demeure à quai.

La famille de Christine B. et de son conjoint Martin N. (leurs deux enfants, la mère de Martin N., Line C. et le conjoint de cette dernière) voyage ensemble entre 10 à 15 jours par année avec deux roulettes, chaque couple ayant la sienne. Ils habitent dans le voyage afin de se nourrir de l'ailleurs et de s'installer dans l'immatérielle liberté qu'induit la mythologie de la route, à propos de laquelle ils s'enthousiasment fébrilement. Tous sont à rapprocher du *Full-time Rver*, situé à mi-

chemin entre la figure conventionnelle du touriste consommateur de séjours périodiques et celle plus exotique du voyageur aventurier, que dépeint Célia Forget dans sa thèse de doctorat (2006).

Les différents cas présentés illustrent parfaitement l'assertion de Franck Michel selon laquelle la figure du voyageur étant aussi multiple et complexe que peut l'être sa façon de voyager (2004 : 45), il existerait donc autant de types de touristes que de tourisms (2004 : 57), dépendamment des modes forcément éphémères du voyage (2004 : 46).

Les touristes participants vivent pleinement le mythe de la route, le voyage demeurant aussi important, sinon plus, que la destination (Bauman, 1996 : 21). Chacune de leur pratique de la route constitue une dimension fonctionnelle du *hobo*, figure idéaliste et poétique originellement étudiée par le sociologue américain Nels Anderson (2011) dans les années 1920, car il représenterait l'extrême voyage au bout du tourisme moyen (Michel, 2004 : 291), un voyageur aspirant à expérimenter l'absolue liberté et le vertige de l'ailleurs.

Les touristes participants ont comme perceptions du mythe de la route que celui-ci induit un sentiment de liberté, le frisson de l'aventure, l'exaltation du départ, une invitation à la spontanéité, un effet de rencontre avec l'autre, une intériorité soutenant une reconnexion avec soi et l'accès à l'authentique inviolée de l'altérité. Pour ainsi dire, elles sont de l'ordre des échappées libertaires et des découvertes rhizomiques (l'homme se connectant à d'autres routes, à des autres, à d'autres cultures, à d'autres régions ou à d'autres approches du monde).

La pratique existentielle de la route

Tous les touristes participants cultivent différents modes de connexion avec l'authenticité et l'autre culturel tels qu'ils sont présentés dans la typologie de l'expérience touristique développée par Cohen (1979 : 189-191), le principal étant le mode existentiel. Deux touristes participants amènent leurs expériences touristiques au point extatique de cet existentiel, les élevant dès lors à la dignité de pèlerinages.

Par exemple, Samuel G. évoque longuement les aventures de son expédition solitaire, de quatre mois, réalisée après le secondaire, à pied, en autobus, en covoiturage et en train, à travers tout le Canada et la côte Ouest des États-Unis. Les périodes de solitude et sa démarche absolue et résolue de traversée de l'espace concourent à rapprocher son expérience touristique de l'expérience existentielle du pèlerin sillonnant le désert ; son désert étant la route. Il y a un parallèle à établir entre le pèlerin vibrant de l'éthique du désert en proie à l'expérience de l'Être et Samuel G. pratiquant la route. Mais, outre l'expérimentation de l'éthique du désert, le mode existentiel s'exprime également dans le pèlerinage vers des centres choisis.

Avec un père Saguenéen et une mère Gaspésienne, Samuel G. voyage annuellement plusieurs fois au Saguenay et au moins une fois en Gaspésie, en plus de ses voyages internationaux réguliers. Durant son enfance, ses parents ont toujours organisé un voyage annuel de famille quelque part au Canada (Nouveau-Brunswick), sur la côte Est américaine (Boston, New York) ou en Europe (France). À sa manière, il pratique un pèlerinage identitaire de régions dont sa famille est originaire (le Saguenay-Lac-Saint-Jean et la Gaspésie), l'exhortant à revisiter ses souvenirs d'enfance dans des lieux régulièrement explorés en compagnie des siens. Il s'agit d'un pèlerinage pratiqué au sens où l'entendent Bauman (2010 : 36-37) et Baudrillard (1986 : 11-12, 67-70), c'est-à-dire en tant qu'exercice d'autocréation et de dialogue dans un entre-deux de soi avec sa parenté et le monde.

De ces expériences touristiques juvéniles est né son désir d'ailleurs. En quête d'authenticité, il aspire à devenir témoin de l'arrière-scène non pas uniquement des lieux visités mais également du monde en tentant de pénétrer la réalité culturelle des autres, tel que le décrit MacCannell (1973 : 595-599).

Enfin, profitant de ses deux mois de vacances par année, Katherine S. part faire un tour en compagnie de son conjoint, pendant trois semaines, vers des destinations uniquement provinciales. Depuis l'année 2000, elle effectue un pèlerinage tous les trois ans dans les mêmes régions du nord de la province de Québec : la Côte-Nord jusqu'au bout de la 138 à Natashquan, le Saguenay et l'Abitibi. Elle réalise donc un pèlerinage touristique vers des terres qu'elle a maintes fois parcourues, un pèlerinage gastronomique pour savourer sa propre culture et un pèlerinage d'ordre affectif vers ces autres culturels rencontrés autrefois qu'elle souhaite retrouver. Son objectif est de découvrir le territoire par le biais d'un parcours alimentaire qu'elle teste depuis le début de ses pérégrinations et dont découlent diverses expériences culinaires, culturelles et sociales. Voyager revient à appréhender sensuellement ce qui est représentatif des régions visitées de manière à apprécier le portrait contrasté du Québec d'aujourd'hui. Elle estime que l'élaboration d'une telle cartographie mentale de son pays et de sa culture lui permet de consolider ses identités de femme, d'anthropologue, de Québécoise ou encore de touriste.

Samuel G. et Katherine S. sont des touristes relevant du mode existentiel. Ils conquièrent l'altérité par l'élection de centres spirituels externes au centre traditionnel de leur société et de leur culture. Engagés dans deux ou même plusieurs centres, ils poursuivent leur vie matérielle dans le centre duquel ils sont issus, tout en revisitant périodiquement des centres choisis, qu'ils jugent porteurs de sens. Ainsi, la quête de l'authenticité est principalement vécue comme un pèlerinage vers des centres choisis liés aux expériences affectives du touriste. À cet égard, les routes et les circuits touristiques sont les pendants du désert du pèlerin. Ils servent tout autant de plateformes de dialogue entre l'altérité et soi.

Si la question de l'authenticité intervient dans le déplacement des touristes sur les routes et les circuits touristiques du Québec, lequel induit l'impression d'un paroxysme sensoriel, culturel et social jamais atteint autrement, c'est parce que la route n'incarne pas qu'une simple liberté. Elle représente une intériorité contemplative indexée sur le désir de l'altérité et l'envie du monde. Baudrillard abonde en ce sens puisqu'il estime que « rouler crée une sorte d'invisibilité, de transparence, de transversalité des choses par le vide » (1986 : 12). Pour le sociologue français Michel Maffesoli, prendre la route est la cause et l'effet d'un allègement existentiel (2006 : 191). Le nomade, l'homme du désert, en étant de partout et de nulle part, « [...] est en route avec, vers l'autre, et de là, vers l'absolu » (Maffesoli, 2006 : 165-166). Il chercherait à conquérir une nouvelle quête du Graal : « [...] le désir de briser l'enclosure et l'assignation à résidence propres à la modernité sont comme autant de moments d'une nouvelle quête du Graal, jouant tout à la fois la dynamique de l'exil et celle de la réintégration » (Maffesoli, 2006 : 24-25). Le Graal étant, à mon sens, ce besoin de s'autocréer et de se redéfinir en tant que soi après une plongée volontaire dans l'oubli identitaire pour le pèlerin transitant au cœur d'un désert (vertige du vide) et pour le touriste vivant une expérience touristique au creux du monde (vertige de l'immensité spatiale et de la surcharge cognitive). Alors, le touriste est en quête d'authenticité dans ses rapports avec l'autre et son contact avec l'absolu, en se dépouillant d'obligations superflues et superficielles de l'« ici ».

Sur la route et dans le désengagement, il y a comme un parfum de désert. Quelque chose de rude et d'abrupt, mais quelque chose, également qui ne manque pas de suavité. La pureté de la raréfaction. [...] Le dépouillement, en se

débarrassant des choses secondaires ou d'une vision purement matérialiste, permet d'accéder à cette éthique du désert où l'on peut jouir de la moindre des choses, et où le sens de la solidarité retrouve ses lettres de noblesse. Dans cette éthique ce qui tend à prédominer est bien l'intensité de l'expérience de l'Être. Que ce dernier soit celui du prochain ou que ce soit, au contraire, la proximité du lointain, de l'absolu, de la déité qui devient, ainsi, expérience coutumière (Maffesoli, 2006 : 192).

L'éthique du désert s'épanouit dans le dépouillement et l'abandon des choses secondaires et prosaïques. La pureté de la raréfaction favorise une renaissance au sein de l'individu, valorisant d'une part ses expériences métaphysiques, ontologiques et touristiques, et entraînant d'autre part une régénération de son « vrai » soi. En effet, elle restaure sa plénitude en totalité. Elle lui permet de renouer avec son centre, d'éroder son identité sur les macadams du monde, d'initier des connections rhizomiques avec la nature et l'univers par la pratique de la route laquelle se révèle être terre d'autocréation à l'image du désert des pèlerins, afin d'être en perte de soi pour mieux rejoindre son identité primaire trop longtemps réprimée par les conventions d'une société postmoderne aliénante. Donc, le voyage sur la route convoque l'éthique du désert. Celle-ci engendre une expérience de l'Être au cours de laquelle le touriste expérimente une implosion de sensualités et d'expériences libertaires ; ce qui a pour effet de l'aligner sur l'horizon du monde. L'expérience de l'Être est l'occasion de s'éclater de sens dans son humanité, de se sentir pulvérisé en particules de lumière dans le cosmos pour se connecter à l'essence des choses, de soi, des autres et ultimement, du Divin notamment au sens de perfection, d'excellence et de ce qui émerveille, car : « L'azote de notre ADN, le calcium de nos dents, le fer de notre sang, le carbone de nos tartes aux pommes ont été façonnés à l'intérieur des étoiles en effondrement. Nous sommes faits de poussières d'étoiles » (Demeersman, s.d.). Le touriste vibre du dévoilement de son soi authentique et prend conscience de la mesure de toute chose. Chacun est un écho dans la mémoire, intrinsèquement un amas de poussière d'étoiles, une somme d'atomes au sein d'un univers en constante expansion, un univers enfermant en lui les éléments constitutifs du cosmos, devenant par le fait même une galaxie à lui seul, se fondant dans l'espace et dans le temps, soit un être existant au monde.

Autocréation et redéfinition de soi

L'actuelle figure du touriste est un *alter ego* abouti d'un individu nomade dont l'identité s'érode sur la chaussée des routes parcourues, engendrant un allègement existentiel, un vide vertigineux accumulé le temps du voyage. Alors, confronté à une longue traversée du désert, soit cette forme extatique de la raréfaction, de la fuite et de l'évasion, le touriste voit surgir un instant fragile au cours duquel son expérience touristique s'embrace tout à coup de sens. Dès lors, le voyage sur la route flirte avec l'« éthique du désert » et l'« expérience de l'Être ». Ainsi paré de ces effets, il transfigure le touriste en pèlerin. Il lui permet de renouer avec une certaine authenticité de son être à travers l'usure de la terre brûlée, du bitume et du temps dans une tentative de revenir à l'essentiel : entendre parler le silence, s'oublier pour mieux se retrouver purifié et sentir palpiter à nouveau son humanité. Ainsi, de cette pratique symbolique de la route émerge un désir d'autocréation et de redéfinition d'un soi, chez le touriste, après une immersion volontaire dans l'oubli identitaire. Cette procédure s'accomplit à travers une expérience touristique qui se rapproche du pèlerinage, tandis qu'il nomadise d'une destination, d'un site, d'un artefact à un autre, à la découverte d'un centre qui apportera du sens et de l'authenticité à son cheminement. Le touriste peut entamer cette recherche en considérant la formule pascalienne telle une prophétie potentielle : il vit en effet dans un cercle étrange « dont le centre est partout, la circonférence nulle part⁵ ».

5. Expression empruntée à la phrase : « [L'univers :] est une sphère infinie dont le centre est partout, la circonférence nulle part », dans Blaise Pascal, *Pensées*, 2 vol., Gallimard, 1977, fragment 185, p. 154.

Conclusion

Globalement, la recherche a révélé que la pratique résolument utilitaire de la route est le fait de 11 touristes participants. Pourtant, ils envisagent pareillement la route comme un outil de découverte territoriale. Médium premier de communication, celle-ci rend les différents lieux de leurs intérêts patrimoniaux et touristiques facilement accessibles.

À l'inverse, la pratique mythique de la route est une réalité partagée par neuf touristes participants. L'érosion de soi sur les routes du monde et le désir d'aventure aiguillé par l'exigence de liberté sont des aspects primordiaux du mythe de la route. L'exaltation ressentie par les touristes vient du frisson d'évasion, le vent dans les voiles, ivres du désir d'ailleurs et grisés du goût des autres.

La pratique de la route sur le mode existentiel offre aux touristes l'occasion de circuler dans des lieux inusités et d'explorer une nature sauvage dans laquelle ils veulent se fondre pour faire corps avec le monde. En fin de compte, tel que l'affirme Yvan D., voyager revient à emprunter des routes que d'autres ont parcouru en d'autres temps, à courber symboliquement l'espace-temps afin de palper du bout des doigts l'Histoire culturelle des sociétés. En fait, ces touristes participants prennent le risque de la différence. Ils conquièrent leurs voyages tels une initiation qui les amènent à revisiter leur manière d'Être-au-monde, de faire l'expérience sensible de ce qui existe. Où qu'ils aillent, ils cherchent à réévaluer leurs valeurs culturelles à la lumière de l'altérité (Christin, 2000 : 24-25). Conscients et captivés, ils font l'effort de sortir d'eux-mêmes pour aller à la rencontre de l'autre. Ils voyagent dans leur peau d'étranger, sans pour autant être des intrus. Ils sont des connivents (Michel, 2004 : 10). Le but ultime de leurs voyages est se sentir proche des Lointains et consanguins des Différents, de se sentir chez eux dans la coquille des autres, comme un bernard-l'hermine planétaire, pour reprendre les propos de Jacques Lacarrière (1999 : 106-107). Ils partagent donc cette idée du voyage comme moyen de sortir de soi pour être mis en contexte avec la culture hôte et se laisser pénétrer par elle, de manière à être en « effet de rencontre » avec l'altérité, tel que l'indique Marie R. Ils colonisent leur identité dans leur cocon d'étranger. Il s'agit de « savoir qui on est », comme l'a souligné Katherine S., mais également de redécouvrir et, même, de voir renaître son identité que l'on croyait définitivement fixe et acquise.

En effet, les touristes participants en viennent à questionner leur identité à travers l'exploration physique du territoire québécois valorisé par des dispositifs de patrimonialisation (musées, centres d'interprétation, maisons et villages historiques, zoos ; expositions, cartels et panneaux d'interprétation disséminés dans des zones naturelles de type jardins, boisés et forêts, lacs et rivières, parcs nationaux ; actions de médiation culturelle telles que les expériences immersives, les visites guidées de sites culturels ; activités de dégustations et découvertes de produits du terroir dans des exploitations agricoles et viticoles, boutiques et commerces locaux ; événements musicaux, festivals, foires artistiques, manifestations culturelles, etc.). À ce sujet, 18 répondants ont apprécié la mise en valeur culturelle soignée, esthétique et efficace du territoire empreint de récits à saveur historique savamment scénographiés dans des sites d'intérêt patrimonial et touristique, tels que le village historique de Val-Jalbert au Lac-Saint-Jean. Pour ces répondants, les récits qui y sont contés constituent autant de questionnements sur leur propre culture que sur la nature éphémère de toute vie humaine en comparaison avec l'infini vertigineux du temps universel condensé et incarné dans chaque patrimoine. D'une certaine façon, le tourisme se fait le miroir de la condition humaine, car la diversité culturelle des peuples, la majestuosité de la nature sauvage et l'immensité du monde qu'il met en présence du touriste sont autant d'éléments renvoyant

ce dernier au caractère passager de son existence, tout en accentuant pourtant l'intensité. Conséquemment, la pratique touristique de la route a un impact sur l'identité de soi, la perception des autres et la vision du monde. Concrètement, les perceptions des touristes sur la construction identitaire sont de l'ordre de l'appropriation affective de centres choisis et d'un retour réflexif vers soi. Concernant la perception des autres, celle-ci s'élabore au fil des effets de rencontres exaucés dans l'ailleurs, oscillant entre altérité et identité. Enfin, la vision du monde se matérialise lors de la prise de conscience des différences culturelles qui le composent.

Orientée sur l'ethnographie multi-située, la recherche qualitative phénoménologique identifie des phénomènes de transformations socioculturelles observées directement sur le terrain, à savoir : l'intérêt des touristes pour la découverte patrimoniale du territoire et leur formidable capacité à s'incarner tel un autre, un pèlerin postmoderne à travers la pratique des routes et des circuits touristiques dûment signalisés du Québec. Par ailleurs, l'analyse de l'échantillon a mis en lumière la place prépondérante accordée au tourisme pensé non pas comme une simple industrie de masse, mais comme une ethnologie de la modernité. En effet, il reflète les pratiques et les évolutions culturelles concernant un grand nombre d'individus, tandis que l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) prévoyait avant la pandémie de la COVID-19, 1,8 milliard de touristes internationaux en 2030 (OMT, 11 octobre 2011). L'étude de Lenzen et al. (2018) analyse les données de flux touristiques de 160 pays entre 2009 et 2013. Elle révèle que le tourisme mondial serait à l'origine de 8 % des émissions de gaz à effet de serre ; ce qui en fait l'un des principaux vecteurs du réchauffement climatique.

Les vecteurs de pollution liés au tourisme sont nombreux : on y retrouve aussi bien les transports que l'alimentation, l'hébergement ou les achats voyageurs. Jusque-là, les études portant sur l'impact environnemental du tourisme n'avaient jamais pris en compte la consommation de biens et services dans leurs mesures (Heuzebroc, 2018).

Il faut toutefois préciser que dans ce compte-rendu, les déplacements professionnels n'ont pas été dissociés du tourisme vacancier (Heuzebroc, 2018). Alors, le touriste évolue dans un contexte de conscientisation progressive des impacts de ses activités et de sa responsabilité dans la mise en péril des écosystèmes, tandis qu'il prend la mesure de l'étendue de sa capacité d'actions pour contrer la dégradation environnementale sur la base de nouvelles habitudes imposées par l'actuelle pandémie.

BIBLIOGRAPHIE

- ANDERSON, N. (2011). *Le hobo : sociologie du sans-abri*. Paris : Armand Colin.
- BAUDRILLARD, J. (1986). *Amérique*. Paris : Grasset & Fasquelle.
- BAUMAN, Z. (1996). From Pilgrim to Tourist: A Short History of Identity. Dans S. Hall et P. Du Gay, (dir.), *Questions of Cultural Identity* (p. 18-36). Londres: Sage. Repéré à <https://www.nyu.edu/classes/bkg/tourist/Baumann-pilgrim-tourist.pdf>
- BAUMAN, Z. (2010). *La vie en miettes : expérience postmoderne et moralité*. Paris : Hachette.
- BAUMAN, Z. (2007) *Le présent liquide : peurs sociales et obsession sécuritaire*. Paris : Seuil.
- BAUMAN, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- CHAIRE DE TOURISME TRANSAT. (2012). *Étude sur le Programme de signalisation des routes et des circuits touristiques du Québec*. Volets 1-6. Montréal : Ministère du Tourisme du Québec. Repéré à <http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/publication/etude-programme-signalisation-routes-circuits-touristiques-quebec-318.html?categorie=127>
- CHRISTIN, R. (2000). *L'imaginaire voyageur ou l'expérience exotique*. Paris/Montréal : L'Harmattan.
- CLIFFORD, J. (1997). *Route: Travel and Translation in the Late Twentieth Century*. Cambridge, Londres: Harvard University Press.
- COHEN, E. (1992). « Pilgrimage and Tourism: Convergence and Divergence ». Dans A. E. Morinis (dir.), *Sacred Journeys: The Anthropology of Pilgrimage* (pp. 47-61). New York: Greenwood Press.
- COHEN, É. (1979). A Phenomenology of Tourist Experiences. *Sociology*, 13(2), 179-201.
- DE RICHEMONT, B. (2020, 10 mai). Matthieu Ricard : L'émerveillement mène au désir d'harmonie. *Le Monde – Idées Le Monde des religions*. Repéré à https://www.lemonde.fr/idees/article/2020/05/10/matthieu-ricard-l-merveillement-mene-au-desir-d-harmonie_6039199_3232.html
- DELEUZE, G. et GUATTARI, F. (2009). *Capitalisme et schizophrénie. Vol. 2 : Mille Plateaux*. Paris : Minit.
- DEMEERSMAN, X. (s. l., n. d.). Sommes-nous faits de poussières d'étoiles ? *Futura Sciences*. Repéré à <https://www.futura-sciences.com/sciences/questions-reponses/astrophysique-sommes-nous-faits-poussieres-etoiles-7275/>
- FORGET, C. (2006). *Le Full-time RVing : une nouvelle approche de la culture de la mobilité en Amérique du Nord*. [Thèse de Doctorat]. Université Laval en cotutelle avec l'Université d'Aix-Marseille.
- FORTIN, M.-F. et GAGNON, J. (2016). *Fondements et étapes du processus de recherche : méthodes quantitatives et qualitatives*. Montréal : Chenelière.
- HEUZEBROC, J. (2018). Le tourisme serait l'un des vecteurs principaux du réchauffement climatique. *National Geographic*. Repéré à <https://www.nationalgeographic.fr/environnement/le-tourisme-serait-lun-des-vecteurs-principaux-du-rechauffement-climatique>
- JANKÉLÉVITCH, V. (1963). *L'aventure, l'ennui, le sérieux*. Paris : Aubier.
- KEROUAC, J. (2007). *Sur la route*. Paris : Gallimard.
- KRAKAUER, J. (1996). *Voyage au bout de la solitude*. New York: Random House.
- LACARRIÈRE, J. (1999). Le Bernard-L'Hermite ou le treizième voyage. Dans A. Borer (dir.), *Pour une littérature voyageuse* (p. 105-108). Bruxelles : Complexe.
- LAMBERT, M.-E. (2013). *À travers le pare-brise : la création des territoires touristiques à l'ère de l'automobile (Québec et Ontario, 1920-1967)*. [Thèse de doctorat]. Université de Montréal.

- LEIRIS, M. (1951). *Race et civilisation : la question raciale devant la science moderne*. Paris : UNESCO, Repéré à <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001354/135448fo.pdf>
- LENZEN, M. et al. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8, 522–528. Repéré à <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x>
- LÉVI-STRAUSS, C. (1952). *Race et histoire*. Paris : Gonthier.
- MACCANNELL, D. (1973). Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings. *American Journal of Sociology*, 79(3), 589- 603.
- MAFFESOLI, M. (2006). *Du nomadisme : vagabondages initiatiques*. Paris : La Table Ronde.
- MARCUS, G. E. (2010). Ethnographie du/dans le système-monde. L'émergence d'une ethnographie multi-située. Dans D. Céfai (dir.), *L'engagement ethnographique* (p. 371-395). Paris : École des hautes études en sciences sociales.
- MARCUS, G. E. (2002). Au-delà de Malinowski et après *Writing Culture : À propos du futur de l'anthropologie culturelle et du malaise de l'ethnographie*. *Ethnographiques.org*, n° 1, 1-14. Repéré à http://www.ethnographiques.org/spip.php?page=article&id_article=51
- MARCUS, G. E. (1995). Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography. *Annual Review of Anthropology*, 24, 95-117.
- MICHEL, F. (2004). *Désirs d'ailleurs : essai anthropologique de voyages*. Québec : Presses de l'Université Laval.
- MINISTÈRE DES FORÊTS, DE LA FAUNE ET DES PARCS. (2016-2020). Réseau des parcs nationaux. *Ministère des Forêts, de la Faune et des Parcs du Québec*. Repéré à <https://mffp.gouv.qc.ca/les-parcs/reseau-parcs-nationaux/>
- MINISTÈRE DES FORÊTS, DE LA FAUNE ET DES PARCS. (2018). Réserves fauniques. *Ministère des Forêts, de la Faune et des Parcs du Québec*. Repéré à <https://mffp.gouv.qc.ca/faune/territoires/reserve.jsp>
- ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME (2011). On s'attend à 1,8 milliard de touristes internationaux en 2030. Repéré à <http://media.unwto.org/fr/press-release/2011-10-12/s-attend-18-milliard-de-touristes-internationaux-en-2030>
- PASCAL, B. (1977). *Pensées*, 2 vol. Gallimard, fragment 185.
- URRY, J. (2005). *Sociologie des mobilités : une nouvelle frontière pour la sociologie ?* Paris : Armand Colin.
- WANG, N. (1999). Rethinking Authenticity in Tourism Experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370.