

Deux variations sur un même thème Fête et tourisme

Bernard Arcand

Volume 5, Number 2, July 1986

Tourisme, fêtes et événements

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1080568ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1080568ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Arcand, B. (1986). Deux variations sur un même thème : fête et tourisme. *Téoros*, 5(2), 2–4. <https://doi.org/10.7202/1080568ar>

Deux variations sur un même thème

par Bernard Arcand*

Quand une revue vouée à l'étude générale du tourisme consacre un de ses numéros à la fête, il faut s'interroger sur la nature des liens entre les deux phénomènes. Bien sûr, une fête, qu'elle soit spontanée ou organisée et longuement planifiée, cherchera presque toujours à attirer du monde et parmi ce monde il y aura souvent des gens que l'on pourrait considérer comme des touristes. On sait aussi que les touristes sont de grands amateurs de fêtes et que l'organisation d'événements exceptionnels réussit parfois à les faire venir. Mais les liens semblent beaucoup plus étroits et je crois pouvoir ici défendre l'idée que fête et tourisme ne sont en fait que deux variations sur un même thème, que le tourisme est toujours une fête et qu'à chaque fois que nous participons à une fête, nous devenons un peu touriste.

La rumeur historique raconte qu'au 18^e siècle, les autorités ecclésiastiques crurent bon d'intervenir et de faire cesser les débauches qui étaient devenues à leurs yeux trop souvent partie intégrante des longues *nuits de veillée* suivant les processions aux flambeaux. C'est donc dire que le pèlerinage, qui représente peut-être la toute première forme de tourisme de masse en Occident, était alors aussi une fête populaire. Bien que ce soit là un exemple déjà ancien et qu'aujourd'hui les pèlerinages ne constituent probablement plus des occasions de débauche, nous avons peut-être tort de considérer tourisme et fête comme des réalités très largement et facilement séparables. Il faut au contraire examiner d'abord leurs remarquables similitudes.

Une rupture de la routine quotidienne

Tout technicien de laboratoire de développement photographique sait que nous cherchons à fixer sur pellicule surtout les événements qui nous paraissent importants: morts, baptêmes, mariages, Noël, anniversaires, réunions de famille, visite du pape, croissance des enfants, etc., mais aussi tous ces voyages qui ne semblent jamais com-

plets sans le témoignage de diapositives. Ces photos disent l'essentiel de la définition de la fête comme événement, comme moment particulier qui doit nécessairement sortir de l'ordinaire.

La fête représente donc toujours une rupture de la routine quotidienne. C'est un arrêt de la vie de tous les jours qui doit et peut être marqué de bien des façons. On inventera, par exemple, des nourritures particulières comme la bûche de Noël, le champagne de la Saint-Sylvestre, le jambon de Pâques ou la tire de la Sainte-Catherine. La fête pourra être aussi marquée par le costume, soit plus formel que d'habitude, soit spécifique comme le nouveau chapeau de Pâques, ou encore totalement étranger comme le déguisement d'un bal costumé. La décoration des lieux signalera la fête et certains lui seront même réservés: retourner à l'église une fois l'an seulement pour la messe de minuit ou laisser exceptionnellement ses enfants visiter les voisins le soir de l'Halloween. Le premier but est donc de créer un moment spécial qui diffère de la routine habituelle du reste de l'année et en même temps l'interrompt.

Dans le cas du tourisme, la différence est à trouver non seulement dans le temps mais aussi dans l'espace: dans cet ailleurs que l'on visite et qui ne doit jamais être identique à chez soi. Et encore ici, la rupture du quotidien pourra être marquée par la nourriture exotique, les habits de voyage et l'obsession de vouloir tout photographier. Mais la ressemblance est beaucoup plus profonde.

D'abord, la capacité de faire la fête et celle de partir en vacances supposent la même disponibilité. Les deux exigent de disposer de temps libre et donc d'avoir les moyens d'interrompre le travail. De plus, fête et tourisme coûtent souvent assez cher et il faut en avoir les moyens, ce qui n'est pas le cas de tous et ce qui souvent exige une certaine stratégie d'épargne; c'est pourquoi les institutions bancaires suggèrent parfois des comptes spéciaux d'épargne Noël ou voyage; c'est pourquoi aussi certaines personnes disent travailler toute l'année afin de se payer deux semaines de vacances, tandis que janvier ramène cha-

que fois les mêmes blagues sur le pénible endettement généré au temps des fêtes. Tout cet argent sera le plus souvent dépensé dans un style que les économistes ne peuvent qualifier que de gaspillage: la dépense un peu folle et souvent excessive, pour le seul plaisir de la chose; sans que cela soit toujours le cas, plusieurs profitent de ces occasions pour justement goûter au luxe qui fait contraste au quotidien.

Marchandises et événements

Puisque nous parlons d'argent, il faut dire aussi l'intérêt évident que toute bonne chambre de commerce se doit de porter aux fêtes et au tourisme. Les deux sont depuis longtemps devenus des marchandises et le tourisme représente aujourd'hui la plus grande industrie mondiale, tandis que celle du commerce au détail serait très sérieusement réduite sans le carnaval local, sans la *Fête des mères*, la *Saint-Valentin* et autres, ou même sans la coutume d'envoyer des fleurs pour indiquer ses condoléances. Il est évident que la dépense des uns profite aux autres et que les meilleurs entrepreneurs voudront influencer le consommateur soit à venir visiter sa région plutôt que d'autres, soit à marquer la prochaine fête par l'achat de son produit.

Cependant, le consommateur n'est jamais entièrement dupe et les pressions du commerce, en elles-mêmes, suffisent rarement à créer la fête ou le voyage. Les vendeurs ne font que profiter d'une situation qui les dépasse très largement, comme en témoignent d'autres sociétés où tourisme et fêtes existent sans pour autant devenir marchandises et objets de commerce. Il semble plus pertinent, parce que plus universel (donc plus anthropologique), de retrouver le fil de notre argument et parler de la fête et du tourisme comme événements qui offrent l'exemple de ruptures de la routine quotidienne et qui n'ont vraiment de sens qu'en relation à cette vie de tous les jours.

La caractéristique commune et essentielle du fêtard et du touriste est de se comporter différemment que dans la vie ordinaire. L'occasion est précisément définie comme extraordinaire; ce qui toujours, dans notre société, veut au moins dire qu'il s'agit d'un

*Bernard Arcand est anthropologue et professeur au département d'anthropologie de l'Université Laval.

moment de non-travail, soit une vacance saisonnière ou annuelle, ou encore la retraite. Ce comportement exceptionnel prend généralement l'une ou l'autre de deux formes apparemment contradictoires: l'extrême formalité ou l'inversion de l'ordre habituel.

L'extrême formalité

Le formalisme extrême, qui sera bien sûr facilement marqué par un costume particulièrement chic et des nourritures tout aussi élaborées, aura pour motif ultime de réaffirmer certains des grands principes qui régissent la société et la culture. C'est ainsi qu'en habit de gala, un ministre dirigera l'inauguration d'une nouvelle centrale hydro-électrique qu'il tournera en hymne au travail et à la grandeur de l'État-Nation. Tandis que le festin de Noël pourra servir à redire l'importance de la famille. Les fêtes servent souvent d'interruption du quotidien par souci d'exposer ce qui lui donne tout son sens: tant l'aventure chrétienne résumée à chaque Pâques, que la lutte des classes exhibée chaque Premier Mai. Même les fêtes les plus anodines font parfois de telles affirmations de principes, comme les festivals westerns ou galas de lutte qui rassurent en redisant que le monde est bel et bien divisé en *bons* et *méchants*. Pour le touriste, l'affirmation formelle de principes fondamentaux l'amènera à visiter les hauts lieux de la culture, les endroits particulièrement sacrés qui expliquent l'origine des choses et l'ordre du monde. Les exemples seraient trop nombreux: voir le rocher de Plymouth et la Maison Blanche, visiter les grands musées et les grandes églises, goûter à la vie de la Big Apple ou à la parisienne, faire l'expérience de la force de Niagara ou de l'immensité du désert; on ira même jusqu'à célébrer le travail en visitant une usine, une muraille ou un barrage. Tous ces objets touristiques, en fait tous ces choix de destinations, deviennent autant de discours sur l'ordre du monde qui constituent en même temps des chartes morales du comportement social; c'est pourquoi, comme dernier exemple, les touristes se



Le consommateur n'est jamais entièrement dupe et les pressions du commerce suffisent rarement à créer la fête ou le voyage.

sentent particulièrement attirés par la richesse du quartier Beverley Hills et, à l'autre extrême et bout du pays, par la pauvreté de Harlem, puisque les deux complètent l'ordre social en offrant des témoignages concrets et immédiats du meilleur et du pire. En somme, ce genre de fête ou d'aventure touristique reprend en les formalisant (ce qui veut souvent dire en les simplifiant) les grandes lignes fondatrices de l'ordre social et même cosmologique.

Cette réaffirmation prend parfois des allures fort sérieuses qui font sentir qu'on touche là quelque chose d'essentiel. Certains grands moments de la fête ou de l'expérience touristique reflètent une puissance rituelle qui montre bien leur caractère sacré. Une chanson particulière fera vibrer un auditoire et on dit que les touristes américains apercevant le Grand Canyon entonnent parfois spontanément leur hymne national. On a par ailleurs déjà signalé que les structures d'organisation de l'espace sont souvent identiques dans les lieux de pèlerinage et dans les centres touristiques: au coeur et donc au point le plus sacré et puissant, il y a la statue miraculeuse ou la Mona Lisa, puis aux alentours les autels secondaires des saints ou des peintres moins importants, et enfin à la porte, à la limite où l'espace devient séculaire, les vendeurs de souvenirs et de cartes postales. La culture sacralise certains objets et établit une hiérarchie de la puissance qui modulera, comme un guide, le déroulement de la fête et de l'expérience touristique.

L'inversion de l'ordre habituel

Le second grand type de comportement, commun au fêtard comme au touriste, va dans un tout autre sens puisqu'il inverse l'ordre établi et marque ainsi une rupture du quotidien qui semble encore plus radicale. Appartiennent à ce type la plupart des déguisements et des mascarades, les faux-nez et les costumes de pirate. Les plus célèbres fêtes d'inversion demeurent les Saturnales de la Rome impériale, la fête du jeudi durant laquelle le Christ ou son pape lavent les pieds de leurs inférieurs, ou, plus près de nous, ce soir de l'Halloween où de jeunes enfants deviennent squelettes et esprits de l'au-delà. La fête devient alors l'occasion de se comporter non seulement différemment de tous les jours, mais d'une manière qui inverse assez précisément nos habitudes. La fête devient le jour exceptionnel où les gens à la diète mangent trop, où les vaillants dorment longtemps et où les travailleurs ne font rien. Dans le langage populaire, la fête devient un moment d'évasion, ce qui est aussi un des traits dominants de l'idéologie du tourisme. Une part importante du plaisir du tourisme, surtout celui lié aux vacances de soleil et de plage, consiste à permettre de vivre au chaud alors qu'ici il fait froid, de ne plus porter de cravate, de manger à n'importe quelle heure et ne plus répondre au téléphone. L'inversion va parfois beaucoup plus loin et cer-

tains touristes adoptent des comportements qui offrent des contrastes radicaux à leur vie ordinaire. C'est alors qu'un très sérieux agent de crédit d'une institution bancaire respectable se retrouvera à Cuba dansant tout nu sur une table avec un abat-jour sur la tête. C'est aussi le moment où, dans les Caraïbes, des nord-américaines d'âge moyen et racistes adopteront, le temps des vacances, des amants noirs. Ou encore, l'occasion pour des gens rangés et prudents d'attaquer une descente en radeau des eaux dangereuses du fleuve Colorado. Il s'agit là évidemment de cas extrêmes, mais l'activité touristique présente souvent l'exemple de comportements tellement éloignés de la routine qu'ils deviennent l'image de son inversion.

Formalité extrême et inversion, quoique apparemment différents sinon contradictoires, sont toutes deux issues de la vie normale et ordinaire. La formalité exagère l'ordre établi, l'inversion le nie, mais les deux, fondamentalement, ne parlent pas d'autre chose. Et l'une est probablement tout aussi efficace que l'autre. Si une société désire affirmer l'importance centrale du travail dans la vie courante, elle a le choix de créer un rituel pompeux et formel qui célébrera la grandeur du travail, ou d'inventer le loisir et les vacances ponctuelles qui feront du bien aux travailleurs. Le premier choix, qui semble être celui que l'on retrouve souvent dans les pays dits de l'Est, risque peut-être beaucoup en demandant aux gens d'aimer le travail mais a le mérite d'être plus honnête. Tandis que le second a des airs évidents de manipulation et de mensonge, mais correspond probablement mieux au peu d'enthousiasme de la majorité des travailleurs.

Le temps social: à la fois linéaire et cyclique

Comprendre la fête ou le tourisme suppose donc de comprendre la vie ordinaire dont ils sont l'interruption. Il faut aussi considérer pourquoi il est important de briser la routine par ces interruptions périodiques et ici encore nous rencontrons une apparente contradiction: le temps social est à la fois linéaire et cyclique, l'interruption permet à la fois d'avancer vers autre chose et de poursuivre sans modifier. Un grand nombre de fêtes font office de rites de passage au cours desquels l'individu devient un an plus âgé, devient socialement marié, ou même entre dans le monde des défunts, et tout cela nous dit que le temps passe. De la même manière, on célèbre aussi l'anniversaire de fondation du village, quelque grande bataille ou n'importe quel événement historique: jusqu'au point de vouloir formellement célébrer l'inauguration d'une école ou d'un quelconque parc d'amusement dans l'espoir de rendre l'événement historique. Par contre, en changeant légèrement de perspective, on comprend que la société se sert des mêmes fêtes pour

redire sa permanence: les individus naissent, grandissent, se reproduisent et meurent, et cela depuis toujours et jusqu'à la fin des temps. À travers les hauts et les aléas de l'histoire, certaines lignes de force, certaines valeurs caractéristiques, bref, certains patrimoines demeurent. Et ça, la société sent aussi le besoin de le célébrer.

Il en est de même du tourisme. La personne qui revient de Paris appartient maintenant à la classe de gens qui ont déjà vu Paris. Les collections totalement hétéroclites de souvenirs de voyages témoignent d'une expérience du monde et de la vie qui est en constante expansion et qui modifie l'individu en lui imposant aussi bien de nouvelles épices que de nouvelles musiques. Mais en même temps, le tourisme est une occasion de vacances, de *ressourcement* et, comme le dit bien l'expression courante, c'est l'occasion d'une *recharge de batterie*, qui permet de reprendre la routine quotidienne et rend la vie normale acceptable sinon même parfois souhaitable. Toute l'ambiguïté paraît traduite et résumée par le mot "ré-création" qui est à la fois temps linéaire et cyclique, qui interrompt le travail pour mieux le permettre plus tard, un arrêt à la fois créateur de nouveau et répétitif de l'ancien.

L'affirmation du sentiment d'appartenance sociale

La société fait donc un bon usage des fêtes et des vacances. En employant des termes nettement trop forts, on dirait qu'il lui faut permettre l'évasion périodique afin d'assurer l'emprisonnement habituel dans les règles du bon ordre social. Sur un ton plus modéré, on se doit de constater la finesse avec laquelle les constructions culturelles des fêtes et des voyages sont ajustées pour répondre à certaines inquiétudes qu'affronte nécessairement toute société. L'individu qui risque toujours l'isolement justifiera son sentiment d'appartenance sociale en participant au groupe créé par la fête; et si cette fête est une messe, il apprendra en plus qu'il est, aux yeux de Dieu, l'égal de tous. Le touriste à Mexico pourra prendre sur ses épaules le poids de la conquête du Nouveau-Monde. De plus, fêtes et tourisme offrent l'occasion de former des groupes sociaux plus ou moins nouveaux et qui n'auraient le plus souvent pas beaucoup de sens dans la vie courante. Comme le groupe social des touristes qui partagent un autocar, la liste des invités à un mariage, celle des fidèles à la messe ou à un concert sont des agrégats d'individus qui normalement ne se fréquentent pas et qui n'auront entre eux d'autre interaction que celle de l'événement qui les réunit; c'est d'ailleurs pourquoi le comportement social est si souvent fortement stéréotypé en ce genre d'occasion et n'a de sens qu'en ce contexte. L'essentiel ici est d'oublier nos différences, au mieux de n'en rien savoir, et de vivre pleinement et collectivement l'expérience de la fête ou du voyage.

comme si une société pouvait exister sans véritables rapports sociaux, toujours exigeants sinon accablants, ou comme si ces rapports pouvaient se limiter à la gentillesse, la bonne humeur et la chaleur humaine. Par définition, fête et tourisme sont sources de plaisir.

Sources de plaisir et... d'authenticité

C'est autour de cette notion de plaisir que je veux terminer, parce qu'elle est essentielle aux deux phénomènes qui nous concernent, mais aussi parce qu'elle offre un commentaire lucide sur nos rapports à la quotidienneté. Si la fête et le tourisme sont des occasions culturellement inventées pour notre plaisir, c'est dire que la routine normale ne doit pas être si agréable. On croirait entendre notre culture affirmer ce que ses critiques disent depuis longtemps: la vie quotidienne est fautive et aliénante. Et comme il s'agit de phénomènes qui dépassent largement les frontières de la société industrielle, puisque très probablement toutes les sociétés humaines se donnent des fêtes et connaissent une forme ou autre de tourisme, on en vient à croire que toute société humaine doit démontrer l'intelligence de reconnaître ses limites et ne jamais prétendre que sa façon d'organiser le monde et de faire les choses est la seule possible. Malgré tous ses discours sur la moralité et le bon ordre, la société doit reconnaître que la vérité n'est jamais simplement à trouver dans le quotidien. Et que cette vérité est toujours nécessairement ailleurs, dans un ailleurs qui ne se révèle pas couramment mais plutôt lors d'occasions tout à fait spéciales.

La vérité serait à trouver dans un retour aux sources, dans la découverte de nos racines, ou plus simplement dans la nature, ou encore dans l'harmonie paisible d'une société amérindienne. Mais on peut la découvrir aussi dans l'excès d'une escalade de montagne, dans une randonnée à trop grande vitesse ou dans la débauche. L'important est qu'elle ne soit pas omniprésente.

Donc, parce qu'il s'agit d'un moment important, notre meilleure chance de vivre pleinement et librement (les touristes se sentent souvent *revivre*), l'expérience se doit d'être authentique. À la fausseté et à l'aliénation du quotidien, on ne peut opposer que la vraie vie. Et comme la société moderne est devenue de plus en plus lucide et critique de la fausseté de la vie ordinaire, on entend plus que jamais peut-être les gens parler de *vrai Noël*, de fêtes dont l'authenticité est incontestable, et de rencontres avec de *vrais indigènes* (dès lors, le mot *touriste* se devait d'accepter le sens péjoratif de faux et superficiel). Atteindre la vérité des choses offre une garantie essentielle de stabilité et permet de composer avec la fausseté du quotidien.

Ce jeu de la vérité ne nous oblige pas à reprendre tout ce qui a déjà été dit sur la fausseté relative de certaines fêtes et de certains voyages touristiques. En un sens, chacun demeure relativement libre de participer à la fête et surtout d'y prendre plaisir, comme chacun doit choisir parmi plusieurs destinations touristiques possibles. En ce sens, il importe, en effet, assez peu que le touriste se voit offrir le spectacle d'une culture indigène qui n'est en fait qu'une invention récente et largement artificielle. Il ne fait pas de doute que l'image commercialisée de la culture hawaïenne puisse créer un tort aux habitants de l'île en manquant de respect à leur tradition culturelle, comme d'autres diront que les habitants de la Mauricie s'offrent dans l'absurde en célébrant le far-west. Il semble impossible de prédire où se trouvera la vérité et l'authenticité n'est toujours mesurable que par degrés. Dans la plupart des cas, cela demeure probablement un idéal dont on veut se rapprocher; on dira, par exemple, que le Carnaval de Rio constitue une véritable fête populaire, ou que les touristes visitant la Suisse consomment ce qui est en fait l'image vraiment fidèle de la vie du pays, sans artifice et sans spectacle.

Nous touchons là une différence entre fête et tourisme qui ne peut être oubliée: la fête se donne d'emblée comme événement spécial, organisé et en ce sens irréel, tandis que le tourisme demeure très fortement appuyé par une idéologie de l'authentique. Le fêtard est dès le départ convaincu de vivre un instant particulier et exceptionnel, alors que le touriste veut croire qu'il est en train de partager la vie normale et ordinaire de ces autres lieux. Il y a là un contraste qui ne peut, semble-t-il, être concilié que par l'invention récente de la fête touristique, du spectacle pur d'un monde imaginaire: Disney World et les clubs Med. La visite d'un univers très réel habité par des animaux fabuleux ou le besoin d'exclusion de tout ce qui ne concerne pas son bien-être immédiat et qu'un bain de foule ne réussit plus à satisfaire.

Pourtant, l'essentiel demeure que tous ces fêtards et tous ces touristes sont des gens qui sortent de quelque part. La plongée au club Med ne serait pas si agréable sans les embouteillages en ville. Mais surtout, l'occasion de *lâcher son fou* permet d'imaginer que nous aurions pu être autrement et donc mieux comprendre qui nous sommes. Par leur intensité, imposée sans doute par leur courte durée, ces occasions spéciales nous dévoilent le caractère fondamental des choses et il n'est donc pas surprenant que les enfants pensent surtout aux jours de fêtes ou que des gens passent leur temps à travailler afin de pouvoir se payer de vraies vacances. Puisque nous croyons que c'est très souvent à cela que se résume la vraie vie. †