

La construction de la notion de « touriste » dans les sciences sociales¹

Gilles Pronovost²

Resumé

Dans le jeu de la spécialisation scientifique et de la recherche d'une reconnaissance spécifique, les sciences sociales du tourisme au début n'étaient qu'une continuation des sciences du loisir. Ce sont les géographes surtout qui ont le plus explicitement tenté de se départager de la sociologie du loisir en s'appuyant dans la catégorie espace-déplacement. Ensuite, les sociologues ont pris le pas, avec les notions de voyeurisme et explorateurs du réticulaire. Un autre pas a été franchi avec la constatation de l'indifférenciation progressive du comportement touristique par rapport aux activités de la vie quotidienne. Le touriste est partout et nulle part ; on peut être touriste chez soi, dans sa propre ville ou à l'étranger, de plus en plus par médias interposés. On conclut que tourisme et touriste constituent des objets historiques et donc changeants, marqués par des intérêts de connaissance à leur tour changeants. Il s'agit d'une réalité empirique qui a acquis progressivement une signification culturelle et donc, d'une valeur.

Mots-clé: Tourisme. Touriste. Loisir. Gaze. Authenticité.

Le touriste est à lui seul le sujet d'une ethnologie nécessaire à l'interprétation de notre propre société (URBAIN, 2002, p.138)

Les sciences sociales ont à leur manière tenté de construire une notion du « touriste », tout comme elles ont tenté de définir le « loisir » ou le « sport ». Conquérir un champ de recherche, tenter de se l'approprier, se présenter comme discipline dominante, constituent des attitudes courantes dans la recherche. L'argument de la « nouveauté » est souvent invoqué. Le choix des disciplines-mères qui ont façonné les contours d'une science sociale du tourisme n'est pas indifférent, puisque par delà les disciplines, se sont profilés des enjeux en termes de différenciation et d'autonomie scientifique, ainsi que de quête de crédibilité. Les éléments principaux sur lesquels on s'est appuyé pour justifier les fondements ne sont pas anodins non plus : faut-il partir du comportement de la personne engagée dans une activité touristique ? Faut-il plutôt faire appel aux notions d'espace ou de déplacement ? Comment différencier un comportement touristique d'un « comportement non touristique » ? Comment départager une expérience touristique « authentique » de celle qui ne le serait pas ? A-t-on traité différemment une science sociale du *tourisme* d'une science sociale du *touriste* ? A-t-on tenté ou non d'établir des notions distinctes pour l'une ou l'autre ? Lourds enjeux qui sont loin d'être résolus.

Entre tourisme, loisir et touriste

¹ Ce texte constitue une version légèrement remaniée d'un chapitre publié dans un ouvrage sous la direction de Lucie K. Morisset, Bruno Sarrasin et Guillaume Éthier; voir Pronovost, 2012.

² Professeur émérite. Département d'études en loisir, culture et tourisme. Université du Québec à Trois-Rivières. Email: gilles.pronovost@uqtr.ca

On doit en premier lieu apporter une distinction qui peut aller de soi mais qui n'a pas nécessairement donné lieu à des discussions intenses : les sciences sociales du tourisme n'ont pas tout à fait le même objet que l'étude du touriste. Prenons l'exemple des sciences du loisir, que je connais un peu mieux : celles-ci ne disposent d'aucune notion pour désigner celui qui fait des loisirs ; on peut parler de « pratiquer une activité » (d'où les nombreuses enquêtes dites de participation), mais comment désigner ce nouvel homo ludens dont parlait Dumazedier (1962) ? De manière générale, seuls les qualificatifs de l'activité de loisir ont fait l'objet d'une abondante nomenclature (repos, divertissement, liberté, etc.), la personne elle-même étant presque sans nom, même si de temps à autre on l'a affublé du terme gênant de pratiquant (à connotation religieuse) ou que la psychologie du loisir a tenté d'en détecter des éléments de sa personnalité.

En fait, les travaux pionniers en matière de tourisme ont pratiquement calqué l'approche des sciences du loisir, à l'exception du fait qu'elle pouvait nommer l'homo touristicus directement. Pour le reste, le modèle d'explication a souvent été le même.

Si l'on prend l'exemple de Marc Boyer (1972), pionnier des études du tourisme, celui-ci proposait comme cadre historique d'interprétation de la genèse du tourisme contemporain le passage de la notion du Grand Tour à celle la culture de masse ; le tourisme est vu comme un produit de la civilisation industrielle, comme répondant à un « besoin culturel ». Ce thème est récurrent dans la littérature scientifique. D'une phase proprement élitiste, le tourisme est devenu un phénomène de masse, dont on verra que MacCannel en fait l'un des enjeux fondamentaux des sociétés contemporaines. Une telle interprétation était pratiquement calquée sur l'interprétation qu'ont donnée les sociologues de la genèse et la formation du loisir moderne. Mais qu'en est-il du touriste lui-même ? Parmi les premières interprétations que l'on en a proposée, on peut encore une fois se référer à Marc Boyer. Celui écrit que le tourisme consiste en un déplacement « en tant que ce séjour et ce déplacement constituent une activité de loisir des individus » (1972, p. 10). Il ajoute : « Aussi aimerions-nous pouvoir dire : en tant que ce déplacement et ce séjour tendent à satisfaire, dans le loisir, un besoin culturel de la civilisation industrielle » (id.). En d'autres termes, même si le mot touriste n'apparaît pas dans ces citations, ce qu'il fait renvoie à des activités de loisir. Se cotoient d'une part un phénomène socio-historique nommément identifié, puis une caractéristique qui sera reprise abondamment par les géographes au point d'en faire une caractéristique essentielle – le déplacement – et enfin

un personnage, le touriste, qui s'adonne à des activités de loisir. Certains lieux présentés comme typiques sont également identifiés : hébergement en hôtel, résidences secondaires, de même que certains temps longs, notamment les vacances.

Chez Boyer d'ailleurs, l'identification entre le tourisme et le loisir est très forte puisqu'il écrit textuellement que les fonctions sont les mêmes ; pour ce qui est du personnage (touriste ou être de loisir), leurs activités sont présentées selon la même nomenclature, empruntée à Dumazedier.

Une telle ambiguïté entre tourisme et loisir, avec comme point de liaison un personnage, nommé dans un cas, sans nom dans l'autre cas, se retrouve également dans les premiers écrits des géographes. Ainsi Gabriel Wackerman n'hésitera pas à parler de finalités réciproques du tourisme et du loisir; il écrit :

« ... le loisir est à la base du tourisme. Il constitue, au moins en principe, l'élément apparent le plus important de celui-ci qui consiste en somme en un déplacement avec découcher, destiné à permettre de goûter des moments de loisir ailleurs qu'au domicile ou dans les environs immédiats » (1994, p. 9).

Dans le jeu de la spécialisation scientifique et de la recherche d'une reconnaissance spécifique, cette antériorité disons conceptuelle, du loisir par rapport au tourisme, ne pouvait être longtemps maintenue, au risque de faire des sciences sociales du tourisme une sous-discipline des sciences du loisir. Ce sont les géographes surtout qui ont le plus explicitement tenté de se départager de la sociologie du loisir; chez eux on peut déceler la recherche de plus en plus affirmée d'une spécificité du touriste. Car il est vite apparu, c'est mon interprétation, qu'au jeu du seul touriste, les différences d'avec les activités de loisir ne pouvaient être vraiment comptées. C'est donc sur le phénomène lui-même, ses caractéristiques, ainsi que sur les finalités spécifiques du comportement touristique qu'il fallait chercher des lignes de démarcation.

À la recherche du touriste fondamental : mobilité géographique ou appétit de voir

Sur cette relative indistinction première entre le touriste et celui qui pratique des activités de loisir, j'en prends encore pour exemple Gabriel Wackerman, qui tentera de trouver un autre fondement au touriste ; il écrit :

... le temps du loisir proprement dit est d'essence sédentaire (1994, p. 9).

Par sa nature même, le tourisme implique le transport, puisqu'il exprime le loisir en déplacement (1993, p. 60).

Si le loisir proprement dit relève malgré tout dans ses rapports à l'espace (...) de l'échelle de base sous-tendue par les lieux, le tourisme exprime la mobilité à toutes les autres échelles » (1994, 9-10).

L'opération conceptuelle est ici très simple : le « personnage-loisir » ne se déplace pas, il est immobile, alors que le « touriste » se déplace à travers le monde. On a ici un renversement de perspective, puisque c'est le touriste qui constitue maintenant la figure la plus fondamentale. Et c'est le déplacement qui peut constituer les fondements du comportement touristique. Ce n'est pas un hasard si une telle interprétation a été le fait de géographes ; elle a été reprise par la suite par d'autres disciplines. Car la géographie disons humaine, est en grande partie organisée autour de la notion d'espace, laquelle lui a servi de pilier pour investir le phénomène du tourisme et en revendiquer la spécificité par rapport au loisir.

Ces propos seront repris par Jean-Michel Dewailly (2006). Il propose cette fois comme concept fédérateur la notion de « pérégrinité » : l'être humain, de toutes les époques historiques, est en situation de déplacement à travers l'espace et les cultures. En d'autres termes, le déplacement associé au touriste est pratiquement de tous les temps et de toutes les époques. L'espèce humaine serait-elle fondamentalement formée de touristes dans l'âme ? Nature humaine et touriste ne ferait-il qu'un ? Homo sapiens et homo touristicus à l'identique ? On s'approche ici d'une définition de la « nature humaine », essentialisme auquel les sciences du loisir n'ont pas échappé.

Tel est me semble-t-il l'opération épistémologique de base qui a servi de fondement au développement de la géographie du tourisme. Au jeu du « loisir » la géographie ne faisait pas le poids face à la sociologie et à la psychologie. En situant le tourisme dans son objet central – l'étude de l'espace - , elle a trouvé son champ privilégié pour s'imposer comme discipline dominante et tenter de placer les autres disciplines au rang d'auxiliaire.

Par ailleurs, les premiers sociologues marquants qui se sont intéressés au tourisme ont vite fait d'emprunter à nouveau les cadres d'analyse sociologique du loisir. L'exemple typique est Dean MacCannel ; le titre de son ouvrage majeur, ne l'oublions pas fait du touriste, l'idéaltype du loisir de masse (« A new theory of the leisure class ») (1976). À titre d'illustration, voici comment il présente son approche :

Our first apprehension of modern civilization, it seems to me, emerges in the mind of tourist. (...) The central thesis of this book holds the empirical and ideological expansion of modern society to be intimately linked in diverse ways to modern mass leisure, especially to international tourism and sightseeing " (p. 3).

Sa conclusion est la suivante : « This is, then, a study in the sociology of leisure » (p. 5). Cette operation consiste tout simplement à ramener le tourisme dans le giron de la sociologie. Comment s’y prend-il? MacCannel assimile pratiquement le tourisme au voyeurisme (sightseeing). Didier Urbain (2002) parlera pour sa part des explorateurs du réticulaire. L'une des hypothèses centrales de MacCannel est à l'effet que le « sightseeing » est un grand rituel qui permet de comprendre comment les sociétés modernes se structurent et se différencient. Quant au déplacement qui caractériserait le touriste, MacCannel l’assimile pratiquement à une relation empirique entre un touriste, un lieu (sight) et un marqueur, c’est-à-dire une véritable construction symbolique (ce que, bien entendu, la géographie ne pouvait faire, au risque de devoir emprunter des cadres sociologiques d’analyse qui l’auraient desservies et auraient affaibli sa prétention à demeurer la discipline dominante dans l’étude du tourisme). Dans l’infinité des choses à voir, il faut surtout des marques de distinction pour que le touriste puisse savoir où diriger son regard, où trouver ce qu’on lui indique comme pertinent. En surgit l’attraction touristique, dont les fondements attractifs n’ont pas de fondements objectifs, mais dont de puissantes industries parviennent à en construire une représentation symbolique ; elles méritent le déplacement, ne manquent pas de préciser les guides touristiques. Les attractions touristiques sont des constructions économiques et sociales, à tel point d’ailleurs qu’elles peuvent surgir de la plus profonde inauthenticité (tels Las Vegas, Disney, etc.). La société de masse est ainsi faite : le touriste est un voyeur éperdu. Sa mobilité peut le mener jusqu’aux tréfonds de l’artificialité extrême.

À la limite c’est l’ensemble de la société qui de donne à voir, qui s’expose à tous, qui devient une vaste entreprise de mise en scène. Les sociétés contemporaines cultivent l’art de l’attraction touristique, à propos de tout et de rien : quartier malfamé, bidonville, étang mythique, paradis artificiel, marque de passage d’une vedette, etc.

Ces idées seront reprises notamment par John Urry (2002), économiste de formation, mais qui fera de la notion de gaze, un trait culturel typique du touriste contemporain. La notion de « gaze » renvoie à quelque chose comme une fixation, empreinte de curiosité sans borne, sorte de sight-seeing à outrance. Urry insiste sur l’importance de la différenciation de l’activité touristique par rapport au travail; ce fut d’ailleurs un thème majeur des études du loisir mais que ne reprennent plus les études géographiques, au risque, encore une fois, de desservir leur prétention à l’hégémonie par rapport notamment à la sociologie. Par rapport à MacCannel, qui

a profondément influencé sa pensée, Urry reprend d'autres cadres d'analyse sociologique, dont cette différenciation des temps sociaux qui sera un des leitmotiv de la sociologie du loisir.

La dissolution du touriste

Mais les sociétés occidentales tout au moins ont changé rapidement depuis les dernières décennies, de sorte que la nature du tourisme et de la curiosité touristique se sont également modifiées. La curiosité est construite à partir de signes ; le tourisme implique un ensemble de signes ; toute activité quotidienne peut être transformée par le touriste en signe de quelque chose d'autre ; tout peut être « touristifié », de la plus abjecte pauvreté à un fromage local. Une armée de professionnels du tourisme se chargent d'ailleurs de développer de nouveaux objets touristiques et, bien entendu, de nouveaux attracteurs.

En bout de piste, Urry évoque la mondialisation du gaze. Ce qui faisait la spécificité du comportement touristique s'est dissous, au vu de l'universalisation de la curiosité touristique. Celle-ci devient un aspect intrinsèquement lié à la culture contemporaine de masse. C'était également le propos de MacCannel.

Un autre pas peut encore être franchi : celui de l'indifférenciation progressive du comportement touristique par rapport aux activités de la vie quotidienne, du travail à la culture et au loisir. C'est la thèse de Chris Rojek (dans Rojek et Urry, 1997), qu'il appuie à partir des notions de « modernité » et de « post-modernité ». (On rappellera que Rojek a été un critique virulent de la sociologie du loisir « conventionnelle »). Pour le dire un peu rapidement, la notion de post-modernité renvoie à la dérégulation, à l'autonomie du sujet, à la distanciation entre les formes d'organisation de vie en société et les normes sociales, à un processus d'indifférenciation croissante du tourisme par rapport au temps, à l'espace, ainsi que par rapport à de nombreuses activités humaines. Par exemple, l'une des activités touristiques majeure est souvent ... le shopping, voire ne rien faire. De sorte que l'on éprouve de plus en plus de difficultés à distinguer le touriste d'un flâneur, d'un promeneur, d'un sportif, d'un consommateur, d'un citoyen, voire d'un mystique, d'un pèlerin ou d'un nomade. Le touriste est partout et nulle part ; on peut être touriste chez soi, dans sa propre ville ou à l'étranger, de plus en plus par médias interposés. Le touriste peut passer sans laisser de traces, ou au contraire son séjour ravagera le paysage.

La fin de l'aventure. Pour le sociologue et écrivain Jean-Didier Urbain, auteur de Secrets de voyage (éd. Payot, 1998) et de L'Idiot du voyage (éd. Payot, 2002), les prochaines années vont voir à la fois émerger un tourisme de proximité à l'échelle européenne et un tourisme au sein des villes mêmes.

Ces dernières pousseront - à l'image de Paris - leurs habitants à devenir touristes chez eux. Les touristes vont adopter de nouveaux cycles de consommation : trois ou quatre années dans une résidence secondaire avant de "partir la cinquième année pour le Népal ou la Patagonie" (Site du quotidien Le Monde, 18 mars 2010).

Faisons remarquer en passant, que curieusement, un projet de création d'une science authentique du tourisme (la tourismologie, Hoerner, 2002) fait du touriste vu par le géographe un migrant saisonnier, au vu du sociologue un provocateur passif, et au vu du « tourismologue » une clientèle. Si en géographie et en sociologie, le tourisme est parfois assimilable au loisir, en tourismologie, il se définit par le voyage organisé. Curieux amalgames sans issue.

La notion de post-modernité chez Rojek renvoie encore à la dérégulation, à la fluidité plus grande des démarcations entre de nombreux champs de l'activité humaine, à l'abolition des frontières entre la sphère publique et privée, à l'imbrication du travail et du voyage, à la confusion des genres dans le cas du tourisme familial. Il en résulte une « infinité de désirs » (infinity of wanting), la dissolution des liens autrefois établis entre les activités, leurs temporalités et leurs significations. La stratégie de l'abstraction économique (ce sont les termes mêmes de Rojek) fait fi des dimensions culturelles et des changements de valeurs dont le touriste constitue pratiquement l'idéaltype. Bref, même la distinction autrefois établie entre tourisme et culture tend à s'estomper, les deux phénomènes se recoupent en grande partie, il serait périlleux d'établir une frontière nette entre un comportement touristique et un comportement relevant de l'ordre de la culture de masse (Rojek et Urry, 1997). À la limite, la notion de tourisme culturel est tautologique.

On objectera qu'il y a pourtant une psychologie du touriste qui s'est bien développée depuis quelques décennies, que les ressources de la psychologie permettent de bien appréhender ses comportements et ses motivations. Par exemple l'ouvrage de Ross (1998) est centré sur des notions de motivations, de personnalité, d'attitudes, d'images, de représentations et d'expérience. On ne voit pas en quoi cela démarquerait un touriste d'un amateur d'art ou d'un flâneur, par exemple, puisque on s'est contenté d'utiliser des concepts génériques de la psychologie. De plus, en poussant à fond la recherche de la spécificité du comportement touristique, on parvient presque inévitablement aux fondements de toute action humaine et des ressorts de l'action sociale : motivations, valeurs, contextes, sociabilité, rapports au temps, sociabilité.

Le touriste : entre voyeur exacerbé et anthropologue déchu

Je hais les voyages et les explorateurs écrivait Claude Lévi-Straus (1993, p. 13), ajoutant :

L'Amazonie, le Tibet et l'Afrique envahissent les boutiques sous forme de livres de voyage, comptes rendus d'expédition et albums de photographie où le souci de l'effet domine trop pour que le lecteur puisse apprécier la valeur du témoignage qu'on apporte. Loin que son esprit critique s'éveille, il demande toujours davantage de cette pâture, il en engloutit des quantités prodigieuses (id., p. 14).

Une certaine forme de représentation du touriste fait de celui-ci un être conscient des dangers qui menacent la planète, soucieux de respect de la nature, désireux d'entrer en communication avec les peuples de la terre sans altérer leurs modes de vie. En un sens, le touriste peut s'apparenter à l'anthropologue qui cherche des lieux perdus et idéalement, où les habitants sont suffisamment reclus pour avoir conservé certains de leurs traits culturels originels. De nombreux touristes sont à la recherche de cultures authentiques, ou encore de contacts qui ne perturberaient pas les « visités » tout en permettant de mieux les connaître. Ils veulent voir l'autre dans son altérité culturelle fondamentale. Ils cherchent sincèrement à apprendre et à connaître sous un mode d'observation qui, fondamentalement s'apparente à l'observation anthropologique. Peine perdue ! « Le temps du monde fini commence » écrivait Paul Valéry³. Le touriste fait constamment l'expérience contradictoire de chercher l'inédit au risque de le détériorer à jamais, de se rendre à des endroits qu'il ne faudrait jamais voir si on veut en préserver l'authenticité, de ne pas aller où il souhaite se rendre : on sait qu'il ne résiste jamais à la tentation. Claude Lévi-Strauss, qui a pourtant vécu avec et à la manière de certains peuples résidant aux confins du territoire brésilien, soulignait la même réalité quand il écrivait :

En fin de compte, je suis prisonnier d'une alternative : tantôt voyageur ancien, confronté à un prodigieux spectacle dont tout ou presque lui échappait ; tantôt voyageur moderne, courant après les vestiges d'une réalité disparue (Claude Lévi-Strauss, id. p. 44-45).

Car ses analyses lui ont révélé qu'avant lui, d'autres étaient venus, tout particulièrement au temps des conquérants européens, ce qui avait déjà contribué à altérer les mœurs des peuples qu'il avait longuement observés. De toutes façons les rapports interculturels sont la norme plutôt que l'exception. Lévi-Strauss n'était pas tout à fait sûr si ses observations relevaient d'une culture qui serait dite authentique ou d'emprunts culturels. De plus, la fréquentation d'une grande diversité de cultures mène à la difficulté de l'appréciation des coutumes et des

³ *Regards sur le monde actuel*, 1945.

modes de vie. En ce sens, le touriste contemporain tout comme l'anthropologue de métier sont en tension entre un certain ethnocentrisme occidental encore à l'œuvre et un relativisme culturel absolu. Or nous aucune société, y compris la nôtre, n'a le monopole de l'injustice, de l'horreur et de la démesure. Même si les sociétés occidentales ont été les seules à produire des ethnographes, cela ne signifie pas pour autant qu'elles constitueraient le point de référence pour définir la base d'une culture ou d'une société. Comme l'écrit encore Lévi-Strauss, les analyses anthropologiques

... instillent un élément de mesure et de bonne foi dans l'appréciation des coutumes et des genres de vie les plus éloignés des nôtres, sans pour autant leur conférer les vertus absolues qu'aucune société ne détient (id., p. 449).

Le grand paradoxe du touriste contemporain c'est de chercher à jeter un regard de curiosité anthropologique qui se veut le plus authentique possible sur des lieux, monuments, événements, coutumes propres à d'autres peuples ou sociétés, alors que cela est devenu illusoire et que cela relève bien d'un certain occidento-centrisme culturel. Au jeu des emprunts culturels, de la mondialisation des échanges et de la touristification des mœurs, il n'y a plus de trésors intacts. « Je comprends alors la passion, la folie, la duperie des récits de voyage. Ils apportent l'illusion de ce qui n'existe plus », écrit encore Lévi-Strauss (p. 38). Oui, le touriste s'apparente bien à un anthropologue déchu. Parti à la conquête de mœurs authentiques, il ne lui reste plus rien à découvrir sauf ce qui a déjà été connu. Aurait-il repéré un oasis perdu, que d'autres l'auraient certainement habité avant son passage. Quelque coin de la planète nous aurait-il échappé, que des photographies anciennes l'ont probablement fixé sur une pellicule. Vivrait-il une expérience unique d'hospitalité, que de nombreux passagers l'ont vécu avant lui. Bref le touriste-anthropologue n'a d'autre choix que de reprendre le chemin que des millions d'autres ont parcouru avant lui et de chercher malgré tout à s'en émerveiller.

Il reste alors à se rabattre sur le voyeurisme. Témoins de la vérité du voyage, les objets touristiques parsèment la planète, ils voyagent à leur tour, ils témoignent que le touriste était bien « là » sur les lieux à voir. On se bouscule aux portes du palais vénitien de Las Vegas ou des châteaux européens de Disney. On visite les grands musées au pas de course, on n'oubliera pas de s'émerveiller devant les pigeons d'une grande place urbaine. S'il ne reste plus rien à découvrir, tout peut être vu et revu, raconté et récité, même s'il s'agit d'artefacts.

Conclusion

Les sciences sociales du touriste doivent se faire à l'idée qu'elles ne peuvent se justifier par le caractère « unique » de leur objet d'étude, encore moins par sa « nouveauté », ni en monopoliser la recherche. Au jeu de la quête de légitimité, elles seront toujours perdantes en voulant s'appuyer sur une distinction d'objet qui leur serait propre. En cherchant à se démarquer par quelque caractère unique, par des notions exclusives, par des concepts irréductibles, elles ne feront que s'isoler, voire se fragmenter. Elles doivent encore repérer les innombrables mythes qui les traversent : authenticité, naturalité, etc. Elles se bernent encore de l'illusion que ce qui est « naturel » va de soi ; que le caractère « authentique » d'une expérience touristique ne comporte pas de dimension illusoire ; qu'un objet, un lieu ou un paysage peuvent être « naturellement attractifs ». À ce jeu, d'ailleurs, les approches économiques ont le plus à perdre ; d'une part parce qu'elles tiennent surtout compte d'abstractions économiques susceptibles de toutes les dérives (cf. les études d'impact économique) ; d'autre part parce qu'elles parviennent très mal à prendre en considération dans leurs modèles les aspects historiques et sociaux ; d'autre part encore parce qu'elles mettent souvent entre parenthèse les dimensions mythiques, symboliques, mais fuyantes et changeantes des soi-disant attraits touristiques. Si l'économie a sa place dans l'étude du tourisme et du touriste, c'est en interdisciplinarité avec les autres sciences sociales. La « science du tourisme » doit céder le pas à une diversité d'approches sous l'égide des sciences sociales, sans qu'aucune d'entre elles prétendent au statut de science fédératrice. Les tentatives de quelque science sociale que ce soit de prétendre à l'hégémonie – telle est d'ailleurs l'une des prétentions de la géographie du tourisme - sont vouées à l'échec.

Plus encore, on doit se faire à l'idée que tourisme et touriste constituent des objets historiques et donc changeants, marqués par des *intérêts de connaissance* à leur tour changeants. Il s'agit d'une réalité empirique qui a acquis progressivement une signification *culturelle* et donc, d'une valeur. Max Weber nous enseigne que les sciences sociales naissent ainsi. Qu'un événement soit considéré maintenant comme relevant du domaine touristique ne va pas de soi. Il n'y a pas d'attribut objectivement « inhérent » au tourisme. Ce sont plutôt une importance culturelle plus grande accordée à tel ou tel aspect, des sensibilités accrues à l'égard de certains phénomènes, voire des bouleversements politiques, qui infléchissent la direction de notre attention, contribuant ainsi à faire surgir des problèmes de recherche en sciences sociales.

Références

- BOYER, Marc. *Le tourisme*, Paris, Seuil, 1972, 261 p.
- DEWAILLY, Jean-Michel, *Tourisme et géographie, entre pérégrinité et chaos*, Paris, L'Harmattan, 2006, 221 p.
- DUMAZEDIER, Joffre. *Vers une civilisation du loisir?*, Paris, PUF, 1962, 318 p.
- GUIBERT, Christophe & TAUNAY, Benjamin. *Tourisme et sciences sociales. Postures de recherches, ancrages disciplinaires et épistémologiques*, Paris, L'Harmattan, 2017, 235 p.
- HOERNER, Jean-Michel. *Traité de tourismologie. Pour une nouvelle science touristique*, Perpignan, Presses universitaires de Perpignan, 2002, 191 p.
- LAPLANTE, Marc. *L'expérience touristique contemporaine: fondements sociaux et culturels*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 1996, 167 p.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. *Tristes tropiques*, Paris, Plon, 1993, 504 p.
- MacCANNELL, Dean. *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class*, New York, Schocken Books, 1976, 214 p.
- PRONOVOST, Gilles. "Regard conclusive. La construction de la notion de 'touriste' dans les sciences sociales", In MORISSET, Lucy K., SARRASIN, Bruno et ÉTHIER, Guillaume, *Épistémologie des études touristiques*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2012, p. 217-226.
- ROJEK, Chris. *Capitalism and Leisure Theory*, London, Tavistock, 1985, 208 p.
- ROJEK, Chris. *Decentring Leisure. Rethinking Leisure Theory*, London, Sage, 1995, 215 p.
- ROJEK, Chris and URRY, John, (eds). *Touring Cultures. Transformations of Travel and Identity*, London, Routledge, 1997, 214 p.
- ROSS, Glenn F. *The Psychology of Tourism*, Melbourne (Australie), Hospitality Press, 1998, 169 p.
- URBAIN, Jean-Didier. *L'idiot du voyage. Histoires de touristes*, Paris, Payot, 2002, 353 p.
- URBAIN, Jean-Didier. *Secrets de voyage. Menteurs, imposteurs et autres voyageurs invisibles*, Paris, Payot, 1998, 464 p.
- URRY, John. *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*, London, Sage, 2è ed , 2002, 192 p.
- WACKERMANN, Gabriel. *Tourisme et transport*, Paris, Sedes, 1993, 279 p.
- WACKERMANN, Gabriel. *Loisir et tourisme. Une internationalisation de l'espace*, Paris, Sedes, 1994, 274 p.
- WEBER, Max. *Essai sur la théorie de la science*, Paris, Plon, 1965, 537 p.