
LE SAHARA DES VOYAGISTES ET LE DÉSERT DES VOYAGEURS

CONFRONTATION DE LA REPRÉSENTATION MÉDIATIQUE
ET DES REPRÉSENTATIONS INDIVIDUELLES

Lucie FONTAINE : laboratoire ThéMA, UMR 6049 CNRS, Université de Franche-Comté, Besançon
lucie.fontaine@univ-fcomte.fr

RÉSUMÉ. Voyage et paysage entretiennent de nombreuses relations de natures diverses ; la première et plus évidente étant que le premier se déroule nécessairement dans le second... L'objet de cette communication ne concerne pas le voyage réalisé mais celui qui se situe en amont : le voyage rêvé. En effet, le paysage est présent dès l'amorce d'une envie de voyage, il est le « modèle d'espace » dans lequel se projette le futur voyageur. Cette représentation paysagère – somme d'un imaginaire collectif et d'attentes individuelles – intervient dans le processus de décision d'achat d'un voyage. Afin de préciser sa place au sein de ce processus, nous avons confronté l'image médiatique d'un espace avec les représentations individuelles de personnes sur le point de commencer leur voyage.

Pour ce faire, il nous a semblé nécessaire de choisir un terrain d'étude porteur d'une forte charge imaginaire. Parmi les nombreuses destinations touristiques dans ce cas, figurent en bonne place les déserts et plus particulièrement le Sahara. Depuis une dizaine d'années, on observe une augmentation de la fréquentation de cet espace et surtout de l'offre touristique associée.

L'analyse de celle-ci, à travers les brochures de 22 voyageurs français, nous a permis de reconstruire l'image médiatique générale du Sahara, tout en mettant en évidence des différences au sein des diverses zones touristiques. Grâce à une analyse textuelle des descriptifs des 550 itinéraires proposés dans le Sahara nous avons dégagé les composantes thématiques du « voyage saharien » ; en parallèle, la réalisation d'une grille d'interprétation des 600 photos accompagnant les textes nous a permis de réaliser une typologie des paysages représentés. L'étude de la mise en page et des rapports entre texte et illustrations, de même que la mise en relation des thématiques du voyage et de la typologie paysagère nous donnent alors une structure significative de la représentation du Sahara dans le monde des voyageurs français. De plus, lors d'une enquête auprès de groupes de touristes sur le départ nous avons recueilli, par jeu d'association d'idées, simples et en couple, et de hiérarchisation, les représentations individuelles du désert. L'étude de l'externalisation de ces représentations a révélé elle aussi un certain nombre de thématiques que nous avons pu mettre en relation avec la représentation médiatique du Sahara.

Nous avons ainsi pu identifier une partie des éléments composant le « modèle d'espace », que chaque voyageur possède avant de partir, tout en précisant la place du « paysage touristique » médiatisé dans celui-ci et observer les liens qui unissent et nourrissent représentation médiatique et représentations individuelles.

Mots-clés : voyage – paysage – représentation – analyse textuelle – Sahara