

Le Temps des médias, n°8



- [Sommaire](#)
- [Edito](#)
- [Résumés / Abstracts](#)

Sommaire du n°8 -

Dossier : Le Tour du monde. Médias et voyages

- [Présentation](#) par *Hélène Eck, Laurent Martin*
- [Les voyageurs médiévaux et l'information](#), *Christiane Deluz*
- [Le lointain et l'ailleurs dans la presse périodique de la seconde moitié du XVIII^e siècle](#),
Yasmine Marcil
- [La double vue. Sur le voyage en Egypte \(1869\) de Théophile Gautier](#), *Sarga Moussa*
- [Le voyage, le journal et les journalistes au XIX^e siècle](#), *Sylvain Venayre*
- [Les figures de l'explorateur dans la presse du XIX^e siècle](#), *Isabelle Surun*
- [Mondes virtuels : les représentations des peuples d'Afrique de l'ouest par les cartes postales, 1895-1935](#), *Christraud M. Geary*
- [Côte d'Argent, Côte d'Emeraude : les zones balnéaires entre nom de marque et identité littéraire](#), *Catherine Bertho-Lavenir, Guy Latry*
- [Le voyage du grand reporter, de la fin du XIX^e siècle aux années 1930](#), *Marc Martin*
- [La "gloire médiatique" d'Alexandra David-Néel](#), *Hélène Duccini*
- [Point de vue sur les images du monde. Voyage, photographie, médias de 1839 à nos jours](#),
Laurent Martin
- [Tourisme et médias : regard d'un géographe](#), *Philippe Violier*
- [Il paraît que de haut notre planète est belle...](#) *Frédéric Lambert*

Territoires d'études

- [Les relations internationales dans les journaux parlés de France Inter de 1964 à 1994 : "gallocentrisme" et "Voix de la France"](#), *Béatrice Donzelle*
- [Les quotidiens de transition à la Libération](#), *Yves Guillaume*

Entretien

- [Jacques Chalvin, directeur de Connaissance du Monde, propos recueillis par Laurent Martin](#)
- [Le guide de voyage aujourd'hui, propos recueillis par Sophie Kienlen](#)

Recherche - Actualités

■ Soutenances

■ Colloques

Parutions

Medianet

Le point sur...

■ Les tables de journaux : des guides de recherche trop mal connus, Pierre Albert

■ La numérisation de la presse rétrospective à la BNF, Benjamin Prémel

Chronique Passé-Présent

[Haut de page](#)

Editorial

Nous savons, grâce à Montaigne, que le voyage est un « exercice profitable » : « Je ne sache point meilleure école, comme j'ai dit souvent, à former la vie que de lui proposer incessamment la diversité de tant d'autres vies, fantaisies et usances, et lui faire goûter une si perpétuelle variété de formes de notre nature ». Mais un voyage réel, quelles que soient les causes du départ, les destinations et les types de déplacements prévus, ne s'effectue pas sans recourir à des instruments divers d'orientation, de conseils et d'informations : les médias, entendus au sens large, sont nécessaires au voyage ; mais n'en sont-ils que les auxiliaires ?

Que fait le média au voyage, quand il raconte et met en récit un « ailleurs » dont il définit lui-même les contours et les limites ? Comment le transforme-t-il, en alimentant le désir et l'imagination de ses publics, voyageurs et peut-être, surtout, non-voyageurs ?

Daniel Roche voit dans la production des récits de voyage à l'époque moderne, « un ensemble de références qui servent à comprendre ou à refuser les différences et composent le fond d'une capacité au changement, à l'intégration de la nouveauté » [1]. Ce jugement vaut-il pour d'autres temps ? Comment les médias ont-ils accompagné et interprété le double mouvement d'élargissement et de rétrécissement du monde qui s'accélère du xviii^e au xxe siècle et dont le voyage est une composante décisive ? Ou plus exactement les voyages, car au fil du temps, les finalités, les modalités, les destinations et les publics se sont tant accrus et diversifiés que le marché les a catégorisés, le voyage demeurant un exercice « profitable », mais pas nécessairement au sens où l'entendait Montaigne. Telles sont quelques-unes des questions qui traversent ce dossier.

Christiane Deluz explique les ressources de l'information orale indispensable aux voyageurs du Moyen Âge – pèlerins, marchands – pour éviter les obstacles et les dangers, pour solliciter les appuis et les protections nécessaires. Mais déjà sont apparus les guides écrits qui recensent les itinéraires et les étapes obligées du chemin emprunté et à la quête de l'information utile, s'ajoute, dès la fin du xiii^e siècle, une curiosité qui résonne comme un appel à partir.

L'imprimé a permis de multiplier les récits de voyage diffusés d'abord par les livres puis, de plus en plus, par la presse périodique. Yasmine Marcil observe à travers la critique de presse de la seconde moitié du xviii^e siècle la vogue des comptes rendus de voyages d'exploration scientifique, révélatrice de l'engouement des Lumières pour le progrès des sciences, mais aussi de l'essor du journalisme critique, qui s'instaure en médiateur entre les institutions

savantes et le lectorat.

L'exploration scientifique du monde se prolonge au XIX^e siècle selon une approche naturaliste et encyclopédique, mais l'expansion de la presse périodique illustrée et l'intérêt de la presse quotidienne pour les lointains font évoluer les perspectives de traitement du voyage et surgir de nouvelles figures de voyageurs. La presse se donne elle-même pour voyage, comme le montre Sylvain Venayre. Le journal est le point d'arrivée et le point de départ du voyage, avant même le tournant de la seconde moitié du XIX^e siècle qui consacre le journalisme de reportage. Les représentations de l'explorateur en Afrique, étudiées par Isabelle Surun, montrent comment la presse illustrée populaire a lié l'exploration de territoires méconnus à l'appropriation du monde par la conquête coloniale, en faisant de la figure de l'explorateur-savant celle d'un héros national.

La presse devenue « de masse » à la fin du XIX^e siècle alimente le dépaysement des voyageurs en chambre ; elle leur propose une représentation des distances, des hommes et des pays plus ou moins lointains, des événements qui s'y déroulent grâce aux « yeux » du grand reporter, une figure vraie et mythologisée aussi, évoquée par Marc Martin. L'exploration du monde semble achevée : « L'aventure est morte. Le monde est à nous », écrit Simenon – lui-même grand reporter – dans les années 1920. Il reste malgré tout des aventures à vivre en solitaire, à l'instar d'Alexandra David-Néel, qui prend grand soin cependant de construire et d'entretenir sa « gloire médiatique » étudiée par Hélène Duccini. Mais il est indéniable que le rapport du public et des médias au voyage n'est plus le même, à l'ère du chemin de fer, puis de l'automobile et plus tard de l'avion.

Un nombre croissant de touristes, soucieux de plaisirs et de séjours agréables, constitue un marché que la publicité et les médias développent, en valorisant telle ou telle destination, proprement « inventée » comme une marque commerciale, dès la Belle Époque : c'est le cas des côtes dites « d'Argent » et d'« Émeraude » présenté par Catherine Bertho-Lavenir et Guy Latry. Le phénomène n'a cessé de s'amplifier : quel rôle peuvent jouer les médias auprès de consommateurs confrontés à l'abondance d'informations, de guides, offres et autres « sélections » de voyages, existante sur le marché ? Philippe Violier s'interroge sur la relation qui peut s'établir, au moment du choix du départ, entre incitation médiatique et liberté du consommateur, entre l'indispensable fonction d'information des médias et la vision parfois biaisée qui sous-tend leurs jugements.

La place de l'image dans ces processus de construction et d'évolution des imaginaires du voyage est essentielle. Il existe bien des systèmes d'images du voyage, que l'on serait tenté de qualifier, un peu hâtivement, de stéréotypes mais l'examen minutieux de leur origine, de leur circulation, d'un support à l'autre, d'un lieu à l'autre, leurs métamorphoses au fil du temps ou, au contraire, leur pérennité incitent à la prudence car les « clichés », loin d'être simples, sont parfois complexes.

La figuration des lieux et des hommes visités est irréaliste ? Qu'importe ! L'important n'est-il pas d'évoquer ce qui est sensible au voyageur, entre réminiscence artistique et création littéraire par exemple, comme le montre Sarga Moussa à propos du récit de voyage en Égypte de Théophile Gautier ? Les figures de l'explorateur, déjà mentionnées, les cartes postales de l'Afrique coloniale, dont Christraud Geary restitue les périples et les significations [2], les albums et les magazines dont parle Laurent Martin, le succès planétaire de la Terre vue du ciel de Yann Arthus-Bertrand interrogé par Frédéric Lambert, sont des exemples de la constitution par les médias de manières de « voir » à distance, qui mêlent des registres et des valeurs différents, parfois contradictoires : réalisme et pittoresque, curiosité vraie et plaisir du « déjà vu », optimisme humaniste et (bonne) conscience de soi.

Les articles réunis éclairent le rôle joué par les médias dans l'histoire d'une culture occidentale du voyage : définition du « voyage réussi », inventaire des curiosités d'un temps et des itinéraires propres à les satisfaire ; entretien (voire ressassement ?) « d'une mystique de l'aventure » (S. Venayre), dans un monde ouvert qui explore ses limites. Culture contradictoire, façonnée par la curiosité et la volonté de compréhension des différences mais aussi, y compris dans les périodes les plus contemporaines, par la poésie du départ et de l'exotisme, alimentée par la nostalgie indéfiniment renouvelée de « l'authentique » et des temps immémoriaux.

Hélène Eck, Laurent Martin

[1] Daniel Roche, *Humeurs vagabondes, De la circulation des hommes et de l'utilité des voyages*, Paris, Fayard, 2004, p.37.

[2] Article traduit par Jean-Pierre Warnier à qui nous exprimons notre gratitude.

[Haut de page](#)

Résumés-Abstracts

Dossier : Le Tour du monde. Médias et voyages

■ Les voyageurs médiévaux et l'information, *Christiane Deluz*

Société de la clôture, la vie médiévale est aussi marquée par de nombreux déplacements, d'échelle locale à mondiale. Cet article fait le point sur les informations dont disposaient les voyageurs médiévaux, leurs formes et leur évolution. Il montre que, des guides aux récits, les textes destinés aux voyageurs étaient multiples, et qu'ils ont connu une croissance importante à partir du xiii^e siècle, époque où les motivations du voyage se transforment.

Abstract : Society of the close, the medieval life is also marked by numerous movements, by local scale in world. This essay reviews the information which had the medieval travelers, their forms and their evolution. It shows that, guides in narratives, texts intended for the travelers were multiple, and that they knew an important growth from the 13th century, when the motivations of the journey is transformed.

■ Le lointain et l'ailleurs dans la presse périodique de la seconde moitié du XVIII^e siècle, *Yasmine Marcil*

Dans la seconde moitié du XVIII^e siècle, les journalistes rendent compte avec un intérêt croissant d'un genre qui connaît beaucoup de succès, les récits de voyage. Médiateurs entre les lecteurs et les auteurs, ils présentent ces nouvelles publications, les commentent et évaluent leur crédibilité. C'est l'orientation des journaux vers une démarche critique que nous analyserons ici en nous intéressant plus particulièrement aux récits de voyage scientifique.

Abstract : Travel writing provoked a growing interest during the second half of the 18th century. The appeal of the genre is highlighted by the increasing number of references the journals made to it. All journalists reviewed travel narratives, informing their readers of new publications and also appreciating the books and valuing their contents. This paper is about the critical orientation of the periodicals.

■ La double vue. Sur le voyage en Egypte (1869) de Théophile Gautier, *Sarga Moussa*

Cet article montre d'abord la dialectique paradoxale qui est à l'œuvre dans ces pages de Gautier sur l'Égypte (1870) où la peinture orientaliste sert à authentifier le regard du voyageur qui, de son côté, tend à esthétiser le paysage oriental. On examine ensuite le commentaire que fait Gautier du célèbre tableau de Marilhat, *La Place de l'Esbekieh* (1833), tableau qui lui sert à superposer deux visions du Caire, pour opposer l'image « réaliste » d'une capitale envahie par la modernité occidentale à celle, picturale, d'une ville encore proche de la nature. Ce

faisant, Gautier délégitime la présence française en Égypte, alors même qu'en tant qu'invité, il est censé contribuer à célébrer le canal de Suez construit par F. de Lesseps.

Abstract : This article shows first the paradoxical dialectics (painting functions as authentication of the traveller's sight, while the latter tends to estheticize [?] the oriental landscape) acting in the feuilletons that Gautier wrote in 1870 about his travel in Egypt. It then examines the commentary made by Gautier on the well-known picture *La Place de l'Esbekieh* (1833) by Marilhat: two visions of Cairo are opposed, the « realistic » one (a capital invaded by Western modernity) and the picturesque one (a city still close to nature). By doing so, Gautier questions the legitimacy of the French presence in Egypt, although he should, as a guest, contribute to celebrate the Suez Canal built by F. de Lesseps.

■ Le voyage, le journal et les journalistes au XIX^e siècle, *Sylvain Venayre*

On se propose ici de reprendre en partie le dossier de la mutation des années 1870, lesquelles auraient vu les débuts du triomphe du reportage la fin de l'âge d'or du journaliste casanier et littéraire. On rappelle ici que, depuis le début du XIX^e siècle, la presse et le voyage ont partie liée, que le voyageur et le journaliste sont deux figures extrêmement proches bien avant l'avènement du reporter et que l'écriture même du reportage, mélange de revendication de vérité et de mise en scène de l'écrivain, procède d'abord de la rupture que l'âge romantique avait introduite dans l'ordre du récit de voyage. Les années 1870 manifestent finalement un recentrage de l'écriture comme les deux caractéristiques fondamentales de la presse moderne : la quotidienneté et l'actualité.

Abstract : We suggest here taking back partially the file of the alteration of the 1870s, which would have seen the debuts of the triumph of the report the end of the golden age of the stay-at-home and literary journalist. We call back here that, since the beginning of the XIXth century, the press and the journey left bound, that the traveler and the journalist are two extremely close figures well before the advent of the reporter and that the writing of the report, the mixture of demand of the truth and the stage setting of the writer, proceeds at first of the break which the romantic age had introduced into the order of the narrative of journey. 1870s show finally a centring of the imagination of the journey in the direction of what appears as both fundamental characteristics of the modern press: the everyday nature and the current events.

■ Les figures de l'explorateur dans la presse du XIX^e siècle, *Isabelle Surun*

Figure emblématique d'un rapport de l'Europe au monde à la fin du XIX^e siècle, le personnage de l'explorateur est le produit d'une construction médiatique. Presque ignoré par les premières générations de la presse illustrée, il devient dans les journaux savants de la première moitié du siècle un artisan de la résolution d'énigmes géographiques ou un martyr de la science. À partir de 1860, le Tour du Monde forge une imagerie qui dramatise l'exploration, et dont la presse populaire à grand tirage décline ensuite les scènes-type pour illustrer la conquête coloniale.

Abstract : Symbolic figure of a relationship of Europe to the world at the end of the XIXth century, the character of the explorer is the product of a media construction. Almost ignored by the first generations of the illustrated press, he becomes in the learned newspapers of the first half of the century a craftsman of the resolution of geographical enigmae or a martyr of the science. From 1860, the Tour du monde forges an imaging which dramatizes the exploration, and the popular press of which to big edition declines then scenes-type to illustrate the colonial conquest.

■ Mondes virtuels : les représentations des peuples d'Afrique de l'ouest par les cartes postales, 1895-1935, *Christraud M. Geary*

Cet article s'intéresse aux cartes postales (important média des premières années du XX^e

siècle) représentant les peuples d'Afrique de l'Ouest. Il étudie dans une première partie la construction de l'ethnicité et les représentations coloniales de l'indigène à travers les cartes de « types ». La seconde partie étudie les autres interprétations possibles de ces cartes postales qui révèlent également des histoires alternatives de l'Afrique et participent à la subversion du discours dominant de l'époque.

Abstract : This essay examines picture postcards, an important medium at the beginning of the 20th century, which represented peoples in colonial West Africa. The first part explores the construction of ethnicity and visualization of colonial rule over indigenous peoples through postcards of so-called "types" and of indigenous rulers. The second part focuses on other readings of these postcards, for they also reveal alternative African histories and forms of expression, and possess the potential to intentionally or unintentionally subvert the dominant discourses of the era.

■ Côte d'Argent, Côte d'Émeraude : les zones balnéaires entre nom de marque et identité littéraire, *Catherine Bertho-Lavenir, Guy Latry*

Entre 1860 et 1910 des stations de chemin de fer, des hôtels et des lotissements spéculatifs se développèrent rapidement sur certaines portions de la côte française. On baptisa ces côtes de noms tels que Côte d'argent (entre Arcachon et Hossegor) ou Côte d'Émeraude (autour de Dinard) sur le modèle de la Côte d'Azur. Ces noms furent choisis exactement comme des noms de marque, en empruntant les méthodes de ce qu'on appelait alors « la réclame », mais des écrivains sérieux et des hommes de lettres de renom furent aussi mobilisés pour bâtir une image attractive de ces côtes, séduire les touristes et assurer le développement économique des lieux. On peut analyser la façon dont des gens aussi différents que des poètes, des écrivains, des journalistes sportifs, des hommes d'affaire, des historiens et des hommes politiques ont été amenés à coopérer, mettant en jeu le niveau national et le niveau local, la culture légitime et le savoir faire commercial, la vieille société des écrivains et des historiens et le monde nouveau des sportsmen et des journalistes construisant, ce faisant, une nouvelle culture de la publicité.

Abstract : Between 1860 and 1910 railway stations, hotels, and speculative buildings were developing at a rapid pace in some areas of the french coast. Following the model of the "Côte d'Azur" these places were given new names such as "Cote d'Argent" (between Arcachon and Hossegor) or "Côte d'Émeraude" (around Dinard). These names were chosen exactly as brand name, with the methods of what was then called "la reclame" but serious writers and well known "hommes de lettres" were also involved in the process of building and spreading an attractive picture of these coasts in order to seduce tourists and insure the economical development of the places. This essay analyzes how such different peoples as poets, writers, sportsmen, businessmen, historians and political representatives were asked to cooperate, involving the national and the local level, the legitimate culture and the commercial know-how, the old society of writers and historians and the new one of sportsmen and journalists, buiding by the way a new culture of advertisement.

■ Le voyage du grand reporter, de la fin du XIX^e siècle aux années 1930, *Marc Martin*

Si le journal cherche de tout temps à faire voyager ses lecteurs, l'âge d'or du reporter globe-trotter se limite aux dernières années du xix^e siècle et aux premières années du xx^e siècle. Envoyés par les directeurs de journaux, les reporters sont des acteurs essentiels de la concurrence acharnée que se livrent les grands titres. Ce sont à la fois le changement des conditions du voyage et l'évolution des attentes du public qui remettent en cause, dès les années 1930, le métier même de grand reporter.

Abstract : If the newspaper always tries to make his readers travel, the golden age of the reporter globe-trotter limits himself in the last years of the XIXth century and in the first years

of the XXth century. Sent by the managers of newspapers, the reporters are essential actors of the fierce competition that engaged the big newspapers. It is at the same moment the change of the conditions of the journey and the evolution of the public's expectations that question, from the 1930s, the reporter.

■ La "gloire médiatique" d'Alexandra David-Néel, *Hélène Duccini*

Alexandra David-Neel, orientaliste, journaliste et voyageuse intrépide, est de la race des grands reporters des années 1920. Pendant toute sa vie, de son premier livre publié en 1898 à son premier interview télévisée en 1969, elle s'est préoccupée de sa « gloire » médiatique. Elle a exploité tous les médias : les articles, les livres, la photographie, les conférences, la radio et, pour finir, la télévision. Elle a « mis en scène » son grand exploit, le voyage d'Une Parisienne à Lhassa et diffusé sa connaissance du bouddhisme, en un temps où les religions orientales étaient encore terra incognita en Occident.

Abstract : An expert in Asian studies, journalist, intrepid traveller, Alexandra David-Neel was one the finest reporters un 1920. She sought recognition through media her entire life, from her first published book in 1898 to her first television interview in 1969. She exploited all modes of communication : writing articles, books, photography, speaking engagements, radio and, finally, television. Her biggest achievement the publishing of her book, Journey of a Parisian Woman in Lhassa, spreading the knowledge of Buddhism during a time period where Asian religions were still terra incognita in the Western Hemisphere.

■ Point de vue sur les images du monde. Voyage, photographie, médias de 1839 à nos jours, *Laurent Martin*

La photographie a joué un rôle essentiel dans la construction des représentations liées au voyage. L'image analogique a hérité d'un imaginaire de l'autre et de l'ailleurs mais l'a profondément remanié en utilisant tous les supports que les mutations techniques et économiques ont mis à sa disposition depuis le milieu du XIXe siècle : l'album, le journal, la carte postale, la revue illustrée, le magazine de voyage. À la fois promesse de dépaysement et instrument de banalisation du monde, l'image documentaire a créé un univers de références communes qui a dupliqué le réel et, dans une certaine mesure, s'est substitué à lui.

Abstract : Photography has played a key role in the building of representations of travel. The analogical picture had inherited an imagination of the other and of foreign countries which it profoundly reworked by using all the media that the technological and economical evolution since the middle of the 19th century put at its disposal : the album, the newspaper, the postcard, the illustrated magazine, the travel magazine. Both a pledge for change of scenery and a tool for making the world a commonplace, the documentary picture has created a shared universe of references that duplicates the real world and, in a way, substitutes for it.

■ Tourisme et médias : regard d'un géographe, *Philippe Violier*

Les médias exercent un rôle fondamental dans le tourisme puisque ce déplacement volontaire conduit les individus à affronter l'altérité du Monde et que les médias multiplient les informations sur la diversité du Monde et participent des moyens mis à disposition pour permettre cette mobilité. De fait les relations entre les médias et le tourisme sont multiples. S'ils favorisent l'ouverture au Monde et donne des clés pour son usage, ils véhiculent également des valeurs et des normes qui tendent à restreindre la marge de manœuvre des touristes. Mais la réflexion scientifique sur ces échanges est peu avancée. Les guides imprimés même, média touristique par excellence sont peu étudiés. Alors qu'internet bouleverse l'organisation du tourisme en permettant aux individus de s'autonomiser par rapport aux institutions du tourisme, seul le versant technique est appréhendé par les études. Cet article se limite donc à poser quelques jalons.

Abstract : The media exert a fundamental role in tourism since this voluntary displacement leads the individuals to face the otherness of the World and that the media multiply information on the diversity of the World and take part of the means placed at the disposal to allow this mobility. In fact the relations between the media and tourism are multiple. If they support the opening in the World and gives keys for its use, they also convey values and standards which tend to restrict the freedom of tourists. But the scientific analysis on these exchanges is not very advanced. The guides printed even, the most touristic media, are studied little. Whereas Internet upsets the organization of tourism while allowing the individuals of autonomiser compared to the institutions of tourism, only the technical slope is apprehended by the studies. This article is thus limited to pose some stakes.

■ Il paraît que de haut notre planète est belle... *Frédéric Lambert*

Ce petit texte quasi autobiographique a été publié en mars 2001 dans la revue Communications et langages. Il s'agissait alors d'interroger l'entreprise du paysage conçue par le photographe Yann Arthus-Bertrand. Son point de vue me donnait comme un léger torticolis à l'âme... Ce point de vue, cette plongée sur la Terre, signait la fin du Ciel. Nous ne regardions plus du bas vers le Très Haut, nous prospections, attaquions, surveillions, construisions, échangeons du haut vers le bas. Cinq ans plus tard, mes remerciements vont à Hélène Eck qui me permet de refaire ce voyage...

Abstract : In God we can't trust anymore today. This is the message of Yann Arthus-Bertrand landscape's photographer. Before him, we were looking from the earth to the sky. Today, we are in the "word wild watching" : a sort of war of looking.