

Projets de recherche:

Dès le milieu du XIXe siècle, « l'industrie touristique » (terme d'époque) du voyage en Suisse semble partiellement condamner les perceptions et les représentations des régions alpines à une sorte de bégaiement. L'extraordinaire fortune éditoriale des récits de voyage doublée de l'apparition des guides Joanne, Murray et Baedeker favoriseraient certains propos « itératoires » - on les dira trop facilement « postmodernes » - selon lesquels la découverte de la Suisse pour un sujet (un touriste) voyageant et écrivant tient de l'impossible parce que ce sujet touristique est d'abord un produit, un résultat discursif. Vers la fin du siècle, après que Monsieur Perrichon, de passage à la mère (sic) de Glace, a écrit : « Jamais je ne me suis mouché si haut » et que Tartarin de Tarascon a fait l'ascension de la Jungfrau : il semble que tout soit dit. L'authenticité du voyageur pourrait tenir de la farce et la sensibilité touristique exprimerait ses « impressions » par l'entremise du Dictionnaire des idées reçues. Un article paru dans la revue "Romantisme" (2011) entend soutenir que l'ironie, loin de participer au phénomène de redite que nous venons d'esquisser, renouvelle efficacement l'esthétique du voyage en Suisse.

Publications:

<http://www.cairn.info/publications-de-Guignard-Adrien--24795.htm>