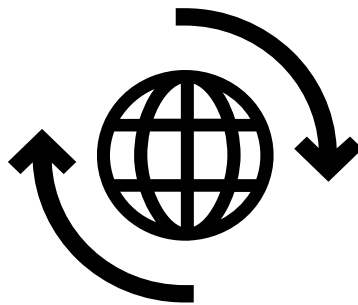


VOYAGE

Mémoire de recherche
DSAA Design graphique

École Supérieure de Design de Marseille
ESDM — Marseille

Promotion
2019 — 2020



Justine Boudeville — vol n°1, à destination de :

synhèse + bibliographie + lexique

— **immobile** —

	Remerciements	0
	Introduction	8
<hr/>		
1	Le voyage comme expérience et l'expérience du voyage	13
<hr/>		
	L'odyssée du voyage	15
	Le voyage artistique	20
	Différentes formes d'ouvertures	24
<hr/>		
2	Vers l'émergence d'un nouveau type de tourisme, responsable et durable	29
<hr/>		
	La démocratisation touristique	30
	Voyager autrement	33
	Le cyber-voyageur	38
<hr/>		
3	Le design graphique comme générateur d'images d'un voyage imaginaire	43
<hr/>		
	Lien entre deux mondes	44
	Une réalité transformée	48
	L'émergence de mondes fictifs	53
<hr/>		
	Conclusion	62
	Bibliographie	68
	* Lexique *	70

Sommaire

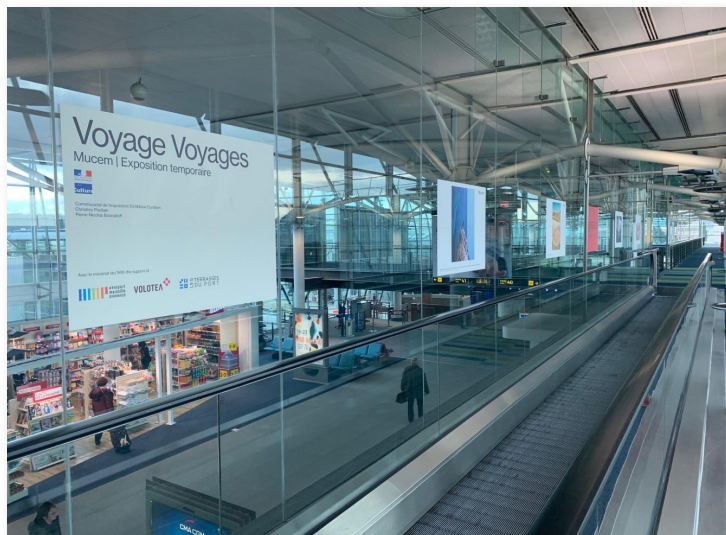
Introduction

L'un des lieux emblématiques marseillais, le MuCEM, dévoile une partie de son exposition "Voyages Voyages" à l'aéroport de Marseille Provence. Cet événement éphémère, à pour objectif de faire découvrir aux voyageurs le Musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée.

De la période Paléolithique jusqu'à aujourd'hui, le voyage a radicalement changé. Du nomadisme, aux grandes découvertes, du tourisme de masse, au tourisme durable et responsable, les typologies du voyage se renouvellent. Nous nous déplaçons et nous vivons le voyage, de manières différentes. Nonobstant, ils se définissent tous comme un déplacement effectué, vers un point, plus ou moins éloigné. Les nomades abandonnaient leur territoire, pour leur survie, à la rencontre de nouvelles terres fertiles. Ils se déplaçaient continuellement. Lors de la période Néolithique, l'homo-sapiens se sédentarise, laissant l'ouverture au voyage identitaire. Ulysse, le héros de *l'Iliade* et *l'Odyssée*¹ illustre ce propos. Il devient, en intégrant un récit géographique, l'image emblématique de la mythologie de l'errance. Au fil de son périple, il conquiert peu à peu son identité. Dès lors, le voyage est devenu une occasion de se reconnecter, d'apprendre et de transformer sa perception au monde. Globalement, il n'est désormais plus un mode de vie, mais un choix. En effet, avec l'émergence des nouveaux moyens de transports, tel que le bateau, les aristocrates anglais, ont pu naviguer en Europe, laissant place au "Grand Tour". Attirés par l'art italien, ils vont initier les voyages d'éducation. De l'aristocrate vers le populaire, l'homme voyageur, fantasme d'un ailleurs exotique. Il tente de s'évader vers un autre rapport au monde, en quête d'aventures et d'expériences extraordinaires, littéraires et artistiques. Il voyage avec la volonté de savoir ce qui se passe à l'autre bout de la terre.

Avec l'arrivée des congés payés de 1936 de Léon Blum, les masses populaires ont désormais le pouvoir de voyager, tout en soutenant le secteur économique florissant du tourisme. Capitalisme, tourisme et mondialisation s'allient, avec pour objectif principal de séduire les envies du voyageur-consommateur, tel que la figure du businessman, sirotant son cocktail en lère classe. Voyageurs et touristes se différencient dans le sens où "le voyageur voit ce qu'il voit, le touriste voit ce qu'il est venu voir"². Cependant, ils se répondent, en voulant tous deux, échapper à leur quotidien.

Néanmoins, le voyage contemporain s'inscrit désormais dans un monde connecté, court-circuitant l'expérience du périple et négligeant la sérendipité* de ce dernier. Nous n'appréhendons plus le monde comme une découverte, mais plutôt comme un chemin déjà tracé, engendré par le numérique. Le GPS et la géo-localisation sont des exemples typiques de ce propos. L'expérience du voyage subit actuellement une profonde mutation avec l'arrivée technologique des nouveaux moyens de communication. En effet, nous ne partons plus aujourd'hui sans nos objets de compagnie : téléphone portable, ordinateur, mp3... Dans notre poche ou à l'oreille, entre les dunes du désert du Sahara ou encore au sommet de l'Empire State Building à New York, la technologie nous suit partout, quel que soit l'endroit où l'on se trouve. Et finalement, le voyage ne nous déconnecte plus vraiment du monde et ne nous reconnecte plus vraiment à notre "soi-intérieur". Nous sommes devenus des nomades hyper-connectés. Le rapport au voyage traditionnel se trouve ainsi affecté par cette connexion numérique omniprésente.



— MuCEM, aéroport Marseille

* «grand tour» : *lexique* p.72
* «sérendipité» : *lexique* p.73

1 - "l'Iliade" et "l'Odyssée", Homère, VIIIème siècle av. J. -C.
2 - "L'Homme à la clef d'or", Gilbert Keith Chesterton, 1936.

Pourquoi partons-nous avec nos appareils électroniques nomades ? Comment déconnecter les voyageurs de leur vie sédentaire ? Dring, dring.... Les appels téléphoniques, Skype, Google ou encore les réseaux sociaux nous empêchent de voyager librement. Les pieds en éventails sur une plage caribéenne, la tête dans la boîte mail qui nous rappelle une réunion importante la semaine prochaine. Ce frein à l'aventure permet, cependant de se questionner sur le voyage immobile. Pourquoi se déplacer à l'autre bout de la terre alors que notre esprit est connecté à notre quotidien ? Doit-il être mobile ? Peut-on voyager par le biais d'un livre, d'un film, ou encore d'un site web internet ? Ces questionnements mettent en avant une dimension sociale, économique, écologique, donnant naissance au slow-tourisme*. C'est en 2008, qu'apparaît ce mouvement, issu de la crise économique et écologique. Les transports et la saturation des zones touristiques, sont des facteurs importants de la situation critique que nous connaissons actuellement. Le tourisme pourrait-il alors tendre vers un voyage immobile, où le design immersif* serait au cœur du sujet ? Il pourrait alors être intéressant de se demander,

- en quoi l'appréhension des différentes formes d'art graphique peuvent-elles amener l'individu vers un voyage immobile ? -

Nous verrons dans un premier temps, le voyage comme une expérience et l'expérience du voyage. Cela nous conduira ensuite, à comprendre la démocratisation touristique vers l'émergence d'un nouveau type de tourisme responsable et durable. Une fois ces aspects éclaircis, nous étudierons le rôle du design graphique comme générateur d'images vers un voyage imaginaire et immobile.

1

Le voyage comme expérience et l'expérience du voyage

L'odyssée du voyage
Le voyage artistique
Différentes formes d'ouvertures

Le voyage comme expérience et l'expérience du voyage

L'expérience du voyage positionne l'individu au cœur d'un monde étranger, l'invitant à le regarder autrement. Le voyage comme expérience, implique la pratique artistique comme découverte et transformation de soi. Dans les deux cas, le voyageur éprouve et ressent par soi-même une exploration du monde de manière introspective.

* «typologie» : lexiq p. 74



—* Corinne Renou-Nativel, 22.06.2016

1— L'odyssée du voyage

Du XVIIIème siècle au XXème siècle, la typologie* des voyages a évolué. Nous ne nous déplaçons plus de la même manière. Au départ, le voyage d'exploration, participe à la recherche de terres fertiles pour la survie du nomade, puis l'empire de la colonisation part à la recherche de nouveaux territoires à conquérir. Plus récemment, le tourisme de masse, au profit du secteur économique, se voit peu à peu remplacer par un tourisme plus responsable dans un monde hyper-connecté. Au cours de ces siècles, plusieurs types de voyages ont émergé, tels que l'auto-stop, le road-trip, la navigation, la migration, le pèlerinage, la promenade, le voyage initiatique...

La marche a été le premier mode de transport de l'homme. La dimension religieuse du pèlerinage prône ce déplacement, en le caractérisant comme un voyage spirituel, où la marche entre en contact avec le sacré. Le pèlerinage éclaircit le voyage au grès de métaphores catholiques. Passer sous un tunnel renvoie à la notion de renaissance, représentée comme l'utérus de la figure maternelle. Les perspectives de la marche spirituelle, illustrées par ces symboles religieux, ont accompagné et permis un développement de l'esprit de chaque pèlerin. La marche a ses vertus de réflexion dû à lenteur, se voit substituer, au fil des années, par d'autres moyens de transports. Cela a débuté avec la domestication animale, tel que le cheval, où l'homme a pu se déplacer plus rapidement, minimisant ainsi sa fatigue. Puis le bateau, la voiture et l'avion sont apparus. Ces nouveaux moyens de transports, ont permis aux hommes d'arpenter et de découvrir de nouvelles terres. Ils ont l'avantage d'être plus rapides et confortables. On peut aussi noter l'émergence d'objets, comme la boussole, le gouvernail, et la carte géographique, qui sont devenus des outils essentiels, notamment lors de la colonisation des terres. À la fin du XVème siècle, la navigation a permis de compléter les cartes et de pouvoir se localiser sur le globe terrestre.

De ce sentiment assoiffé de conquête et de rêves à explorer, les sociétés ont conceptualisé le tourisme. La transition mondialisée de ce dernier, fait son apparition en 1936 avec l'arrivée des congés payés, où les masses populaires peuvent enfin s'offrir des vacances en alimentant l'économie

	DURÉE ?	TRANSPORT ?	AVEC QUI ?
TOURISTE	semaine	2nd classe	famille - amis
BUSINESSMAN	courte	1ère classe	seul
ROUTARD	longue	auto-stop	1 à 5
BACKPACKER	plusieurs mois	auto-stop	seul
ÉTUDIANT	une année	avion	seul
VAGABOND	indeterminée	à pied	seul
NOMADE	toujours	à pied - cheval	en groupe

— Pour la plupart du temps

* «backpacker» : lexicque p. 70
 * «roman de formation - apprentissage» : lexicque p. 73

touristique et capitaliste de nos sociétés contemporaines. Les hôtels, les clubs de vacances et les aéroports, ont participé au développement d'une véritable économie touristique et rends plus pratique le fait de voyager. Les pratiques et les objectifs du voyage ont donc subi des mutations progressives. La figure du voyageur aussi. L'homo-sapiens a progressivement colonisé l'ensemble du globe terrestre. Différentes formes de voyageurs se sont manifestés. Au sein de cette typologie, nous pouvons citer le routard, l'étudiant, le backpacker*, l'aventurier... Tous engagent un voyage différent dans leur nature.

Peut-on qualifier le voyage comme une activité vitale et nécessaire au développement de l'être humain ? Pourquoi le fait de voyager perdure-t-il dans le temps ? Actuellement, ce n'est pas la recherche de terres fertiles ou inconnues, mais bien pour « s'arracher » de son quotidien, à la recherche d'un ailleurs et pour mieux comprendre le monde qui l'entoure et lui-même. Les romans de formation ou roman d'apprentissage ont été un facteur important dans la recherche de soi, s'inscrivant comme un genre littéraire romanesque. Le romancier, a pour objectif d'exprimer, via l'écriture, son apprentissage de la vie.*

Au contraire d'Ulysse, où il était dans l'obligation de partir, de quitter Pénélope, le voyageur moderne fait le choix de s'éloigner de sa famille, ses amis et de sa zone de confort, en se confrontant seul face à l'inconnu. Il ne part plus pour les autres, mais cela devient, un voyage avec des objectifs personnels. Le voyage moderne se veut être un voyage pour l'individu, avec un but personnel : se former à la vie. Cependant, le voyageur moderne, tout comme Ulysse, va être confronté au caractère imprévisible de la route, tout en étant vulnérable aux situations extraordinaires que lui offre son périple. Il sort de sa routine, en préférant s'évader vers une nouvelle liberté qu'offre le monde dans sa diversité. Il rencontre les aléas du voyage, comme les risques de la maladie, de la difficulté de communiquer avec autrui, les catastrophes, mais surtout la confrontation à la solitude. Les moments imprévisibles lui permettent de mieux se connaître. Mais partir en voyage, c'est aussi se confronter à d'autres civilisations et de pouvoir aussi s'intégrer au sein d'une communauté étrangère à la sienne.

L'héritage colonial de nos ancêtres vient altérer le rapport au voyage, face à nos prédécesseurs. À l'heure où le colon* plantait un drapeau et dépouillait les civilisations de leurs ressources naturelles, comme l'or, le pétrole et les habitants, était dans leurs moeurs, désormais, maintenant nous devons subir cette conscience immorale de nos ancêtres. Avec les progrès de la navigation du XVème siècle, les colons reviennent sur leur terre natale, emportant de nombreuses oeuvres d'arts dont ils ne sont pas propriétaires.

Prenons l'exemple de l'importation des masques africains dans les musées français. Durant la période colonialiste, ce procédé n'était pas étranger. Mettre ces oeuvres d'art sous vitrine les ont dénuées de leur sens premier. Voler ces masques de leur civilisation, les enlève à leur fonction de vie, de design, où traditionnellement ils sont portés lors des rites et des cérémonies. Début 2020, le conseil européen de la commission de la culture, a étudié le problème identitaire culturel, notamment en Afrique, où les oeuvres d'arts ont été volées et pillées. Les questions de protection du patrimoine africain, sont mises en avant. "Là où il y a création, il y a identité". Ces objets symboliques, sont dénaturés par la colonisation et ne sont repérées que pour leur esthétique et leur qualité artistique au dépend de leur sacralité. À l'inverse du colon, l'ethnologue*, étudie les populations et leur culture, en adoptant une réflexion éthique et morale, tout en étant objectif et respectueux de l'environnement où il se trouve. Nous pouvons le souligner au sein de la compréhension, entre les ethnologues et les autochtones mayas, notamment, dans l'écriture logo-syllabique de son alphabet. Les tentatives de déchiffrement, ne sont apparues que durant ces vingt dernières années. Diego de Landa⁴, liste ces glyphes, en affirmant que ces derniers s'appuient sur des données mathématiques. L'ethnologue aborde les mécanismes de déchiffrement des civilisations terrestres. Nous pouvons rapprocher l'ethnologue et le designer graphique, où tous deux, explorent de nouveaux espaces, offrant ainsi un environnement, dans lequel ils peuvent s'approprier un travail sociologique ou graphique, sans le dénaturer.

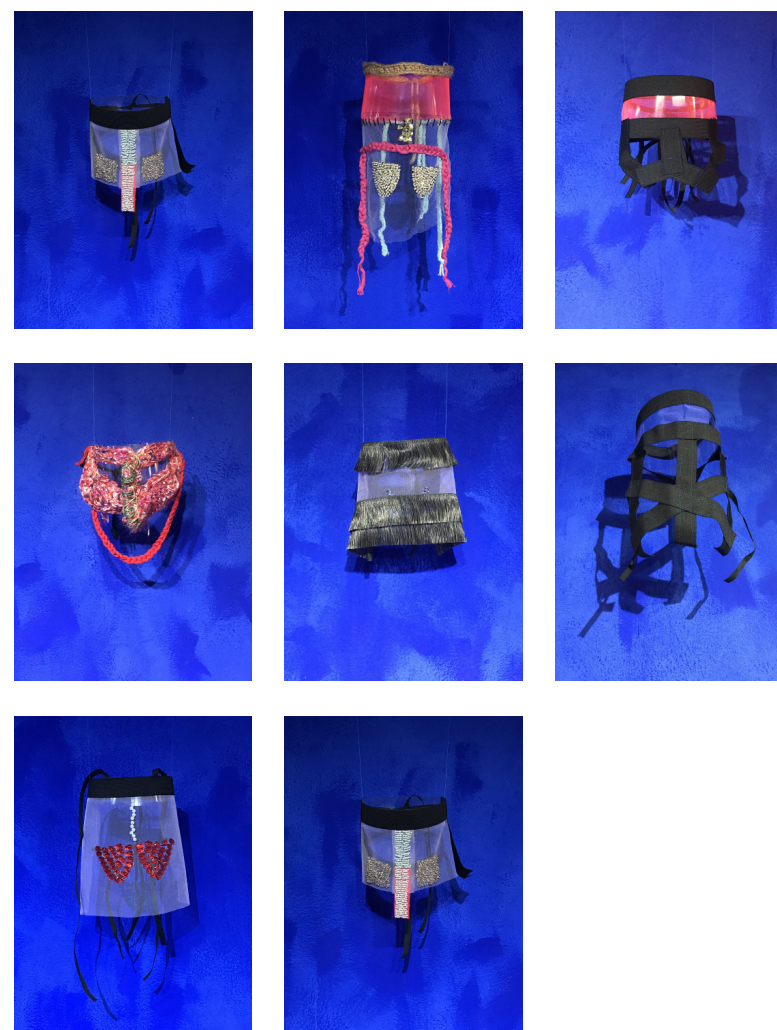


— Cameroun, 1920 - 1930.

2 – Le voyage artistique

L'apparition de la collecte, au sein des carnets de voyages dans le monde des arts, est apparue à la Renaissance, avec les naturalistes*. Ils conjuguent nature et art, donnant naissance aux herbiers et sensibilisant le rapport à l'homme et la nature. Ces collectes naturelles, permettent donc d'alimenter le domaine des sciences et vie de la terre. Le carnet de voyage, lui, est une production interdisciplinaire, mêlant la photographie, le graphisme, la mise en page, la typographie, l'aquarelle, et de nombreux autres domaines. L'artiste contemporain, au contraire du colon, se demande si le patrimoine artistique est à préserver, révéler et partager. De cette manière l'artiste-collectionneur ne sépare plus l'objet de sa fonction. Mariadela Araujo⁵, avec son projet *Màscaras*, fait une réunion des différents types d'art comme la danse, la peinture, les costumes et d'autres, où ils coexistent graphiquement et historiquement ensemble. Cette série de masques brodés et expérimentaux, illustre le folklore traditionnel latino-américain, comme un accessoire de mode et un objet de désir. Elle s'approprie des matériaux non traditionnels, comme le tulle* ou encore les paillettes, afin d'offrir un nouveau visage aux masques, de manière extravagante, tout en conservant leur fonction symbolique traditionnelle. Pour l'artiste, la collection au fil de ses voyages, est une tentative de saisir le monde qui l'entoure et de faire face à l'abondance des signes graphiques de nos sociétés. Ainsi, il crée à partir de la matière que l'environnement lui offre, en collectant des informations visuelles, afin d'alimenter son travail d'artiste. Les voyages créateurs, s'approprient donc un espace étranger en prenant en compte la relation au lieu, tout en éduquant l'oeil à un nouvel environnement.

Dans quelle mesure le paysage devient-il un outil de création ? Comment créer à partir d'une collecte d'informations visuelles ?



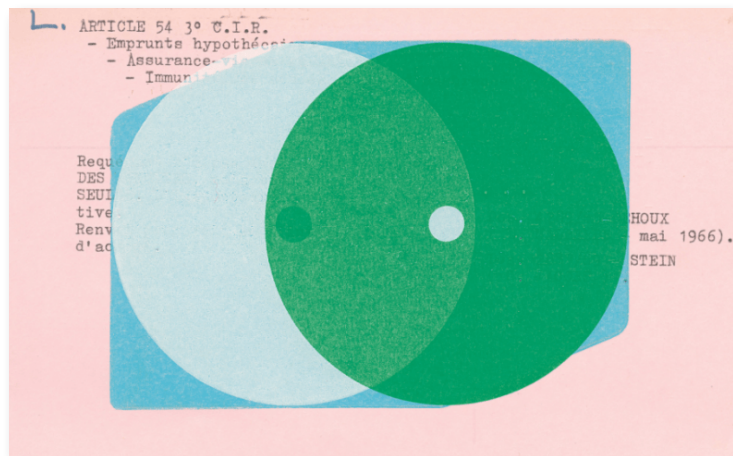
— Mariadela Araujo, *Màscaras*, 2019.

* «naturalistes» : lexicque p.73
* «tulle» : lexicque p.74

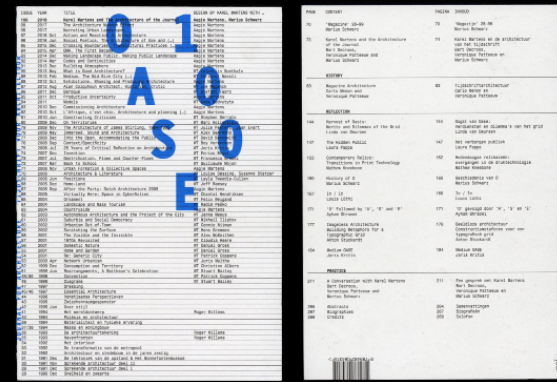
⁵ - Mariadela Araujo : design textile, artiste contemporaine.

⁶ - Karel Martens : Né en 1939, c'est un graphiste et typographe néerlandais.
⁷ - "OASE" : revue indépendante et internationale, pour le domaine de l'architecture.

Une collection est une tentative de saisir le monde qui nous entoure. Plusieurs modes opératoires existent : ramasser, classer, découper, recenser, photographier, dessiner, etc... Les dispositifs développés ont pour objectif, de conserver une trace de son périple. L'artiste s'imprègne inconsciemment des pratiques et techniques de l'endroit où il se trouve. Nous pouvons le souligner, avec le travail de collection de Karel Martens⁶. Son intérêt se porte sur les pièces métalliques des débris de voiture. En s'appropriant ses outils, il compose des formes. Ainsi, dans son studio on y trouve un univers industriel, que l'on retrouve au sein de sa revue OASE⁷. Une accumulation d'images découpées trouvées, des marques d'enregistrement d'imprimantes, des bits impaires de typographie, des tickets de caisse, etc... Ces trésors éphémères sont devenus partie intégrante de son travail de designer. Karel Martens, collectionne donc des objets métalliques, dérivés de l'univers industriel. Les outils et dispositifs collectés subissent un critère graphique. Au travers de la collecte et du lieu, l'artiste engendre donc une ambiance graphique, où l'expérience est le cœur du voyage.



— Karel Martens



Au croisement des arts, le carnet de voyage tente de répondre à la découverte de soi. L'artiste explore de nouveaux espaces au service de son travail de collectionneur. Les exploits et les aventures du voyage permettent de construire sa propre histoire et expérience, afin de transformer le voyage en une expérience artistique. Même si nous marchons, là où déjà, de nombreux hommes ont laissé leur trace, le voyage est unique et personnel. La création littéraire et artistique de Nicolas Bouvier et Thierry Vernet, dans *L'Usage du monde*⁸, montre que le voyage forge l'homme. Ils sont tous deux auteurs d'un pur récit de voyage illustré. L'ouvrage met en corrélation le travail littéraire de Nicolas Bouvier et le travail artistique de Thierry Vernet. Leur voyage réside dans la découverte de l'émerveillement, tout en restant dans une réflexion éthique et morale des manières de voyager. Porté vers le fantasme*, l'évasion* et la création artistique, le voyage est une oeuvre à accomplir. Il peut se définir comme une quête identitaire, où l'individu se construit de manière autonome, indépendante, et libre de créer. Cependant, nous verrons qu'il y a d'autres formes d'ouvertures personnelles, pouvant être de véritables voyages révélateurs de soi.

3 – Différentes formes d'ouvertures

Les déplacements physiques ne sont pas la seule façon de voyager. Il existe, les voyages intérieurs et de pleine conscience, conservant aussi la dimension de la connaissance de soi et de l'épanouissement personnel, tout comme le voyage identitaire. Les voyages introspectifs, comme le yoga ou la méditation sont une approche du bien-être, harmonisant le corps et l'esprit, à la recherche d'une paix intérieure. La spiritualité est un voyage permanent, sans besoin nécessaire de se déplacer physiquement. La méditation permet de se remplir de sensations, d'émotions et de réflexions. Se vider, pour devenir une nouvelle personne, en évoluant et ayant le sentiment de maturation afin de mieux appréhender le monde qui nous entoure. L'Ayurveda est une médecine traditionnelle Indienne, où l'être humain est considéré dans sa globalité : le mental, le physique, le spirituel et l'émotionnel. C'est une introduction au voyage immobile, mais nous verrons qu'il existe d'autres alternatives à ce voyage.

⁸ - LSD : Le LSD est synthétisé pour la première fois en 1938 par les chimistes suisses Arthur Stoll et Albert Hofmann.
⁹ - Guette du Viêt Nam : 1963 - 1975
¹⁰ - "The Doors" : Groupe de rock américain, originaire de Los Angeles. Il est formé en juillet 1965 et dissous en 1973, deux ans après la mort du chanteur Jim Morrison.

* «beat generation» : lexique p.70
 * «hippies» : lexique p.72
 * «darknet» : lexique p.71
 * «World Wide Web» : lexique p.74
 * «Cyberespace» : lexique p.71

La consommation de stupéfiants, résulte d'un désir d'ailleurs, de quitter sa réalité à la recherche d'une autre. Dans les années 70, apparaît une autre manière de voyager, d'où le nom "trip" lorsque nous évoquons le LSD⁹. Le trip, associé à l'évasion, va être apprécié des hippies*. Mouvement de paix, avec le slogan "Flower Power", fait référence à la nature, mais aussi avec le slogan "Make love not war", qui est une protestation contre la guerre au Viêt-Nam¹⁰. Fumeurs d'opiums, les hippies des années 60, voulaient échapper à leur réalité, consommant de nombreuses drogues hallucinogènes chimiques, déformant la réalité. Elles ouvrent "les portes de l'esprit". Le groupe de rock The Doors¹¹ illustre bien cette image. Cette évolution exponentielle de drogues dans le monde, a d'ailleurs révélé de nombreux artistes internationaux. Nous pouvons citer les premiers explorateurs de la "beat génération*", avec les figures emblématiques tel que Jack Kerouac, Aldous Huxley, Allen Ginsberg ainsi que de nombreux autres artistes, écrivains et philosophes. L'imaginaire des drogues est exotique, car elle est importée d'autres cultures. La drogue, au sens physique, voyage aussi, empruntant des routes commerciales ouvertes par l'Occident. Les stupéfiants, en ce sens, attribuent des réputations aux villes comme un tourisme particulier, mais qui vise la drogue. Le commerce se développe, aujourd'hui sur Internet où les frontières n'existent plus, comme on peut le voir avec le darknet*.

Depuis sa création, Internet a connu une croissance exponentielle. En effet, dès l'apparition du World Wide Web*, en 1980 ce dernier s'est popularisé à l'échelle mondiale. Aujourd'hui on recense environ 200 000 000 utilisateurs dans le monde. Nous sommes arrivés dans un monde hyper-connecté, où les flux informatiques remplissent la planète, bouleversant de fait l'expérience de l'ailleurs, du voyage. Internet est devenu l'une des médiations les plus puissantes, au point de s'imposer devant ses précurseurs, tel que le téléphone, la carte postale, la radio, la télévision... L'encyclopédie Larousse le définit comme un : "réseau télématique international, qui résulte de l'interconnexion des ordinateurs du monde entier utilisant un protocole commun d'échanges de données, afin de dialoguer entre eux via les lignes de télécommunication". Le cyberspace* permet la connexion des réseaux mondiaux. Il y a une liberté de circulation de l'information, qui voyage de partout, et au-delà des frontières. De nouveaux termes sont apparus, comme

“*surfer*” sur le web. C’est le phénomène de se laisser bercer par les clics dans le gigantesque flux d’information, d’où, de même l’emploi de l’expression “*se perdre sur internet*”. La diversité des flux numériques, nous place en tant que voyageur dans le cyberspace, où nous pouvons naviguer et errer au sein de cet environnement médiatique. Peut-on dire que naviguer sur le web serait une sorte de voyage ? Est ce que les nouveaux appareils numériques pourraient être une alternative au tourisme durable et responsable ?

2

Vers l'émergence d'un nouveau type de tourisme, responsable et durable

La démocratisation touristique
Voyager autrement
Le cyber-voyageur

Vers l'émergence d'un nouveau type de tourisme responsable et durable

“Le tourisme est le moyen qui consiste à amener des gens qui seraient mieux chez eux dans des endroits qui seraient mieux sans eux.” — Philippe Meyer^{1,2}



— Duane Hanson, *The Tourists*, 1979

^{1,2} - Philippe Meyer : né le 25 décembre 1947 à Germersheim, est un journaliste, humoriste, écrivain, homme de radio et de télévision française. Depuis septembre 2017, il produit et présente Le Nouvel Esprit Public, une émission en baladodiffusion en partenariat avec "Le 1."

1 — La démocratisation touristique

Né à la fin du XVII^{ème} siècle, le tourisme, anciennement élitiste, est devenu accessible à de nombreuses personnes. Contrairement au récit “*Sur la route*”³, de Jack Kerouac, l’individu ne part plus pour vagabonder, mais voyage avec un but, vers un lieu de consommation. Ce nouveau mode de tourisme dit “de masse”, vaut sa popularité dans les années 1960. Les populations peuvent partir en vacances tout en favorisant l’économie du tourisme. Duane Hanson^{4,5}, dans son travail artistique critique ce phénomène sociétal, avec ses sculptures tel que “*The Tourists*”, où il les orne d’imprimés exotiques, d’un appareil photo et de grand chapeau de paille. Il dénonce le stéréotype du touriste américain de la “*middle class*”, des années 50^{1,4}. En 1841, Thomas Cook, homme d’affaire britannique est le premier homme à organiser un voyage “*sur-mesure*”. Le Club Med et autres centres de vacances-loisirs, font leur apparition, laissant éclore le mode de consommation excessive du domaine touristique que nous connaissons aujourd’hui. Comme une sorte de communion collective, nous retrouvons aux quatre coins du monde, des aéroports et des hôtels identiques. L’homme d’affaire, est le voyageur le plus tenté de consommer, face à ce phénomène. Il ne s’adapte pas, il reçoit les mêmes signes touristiques à travers ses déplacements internationaux. Il consomme ce qui lui est donné de voir. Même à l’autre bout du monde, à l’aéroport de Denpasar à Bali, il est possible de se restaurer dans les restaurants Mcdonald’s. Actuellement, mondialisation et tourisme sont étroitement liés. Le voyage est une représentation du monde actuel. S’éloigner physiquement de son milieu, se dépayser, laisser son mode de vie habituel à la maison n’a plus la même connotation qu’autrefois. En effet, il est désormais possible de faire le tour du monde sans ressentir la vicissitude*. Est-ce que cela tend vers un monde homogénéisé ? Les touristes aventuriers, sont à la recherche d’authenticité et de cultures étrangères. Ils vont de plus en plus loin de leur habitation natale, à la rencontre de dépaysement, via l’acculturation*. Aller dans les points les plus reculés de la planète, au cœur d’une civilisation peu ouverte sur le monde, tels que les indigènes, est maintenant accessible. Néanmoins, cette soif inassouvie d’originalité dans

^{1,3} - “*Sur la route*” de Jack Kerouac : roman publié le 5 septembre 1957.

^{1,5} - Duane Hanson : né le 17 janvier 1925 à Alexandria et mort le 6 janvier 1996 à Boca Raton, est un sculpteur américain du courant artistique de l’hyperréalisme.

^{1,4} - Les 30 glorieuses.

* «Vicissitude» : lexique p.74
* «Acculturation» : lexique p.70

¹⁵ - Phajaan : rituel qui dure entre 4 et 6 jours, consistant à séparer le corps de l'esprit de l'éléphant.
¹⁶ - Mahout : Le dresseur. Il récite des prières qui disent "éléphant, si tu arrêtes de te débattre, nous ne te blesseront plus."
¹⁷ - La plage : Film réalisé par Danny Boyle, sorti le 16 février 2000.

le voyage touristique, n'est pas sans conséquence.

Le tourisme a transformé le rapport au monde de manière sociale, économique et écologique. Le voyageur passif qui se veut être coupé du monde, devient involontairement acteur. Les conséquences touristiques se dessinent sous nos yeux, anéantissant petit à petit notre planète. En effet, il y a désormais des destinations à éviter, comme l'Asie, où le nombre de touristes a fortement augmenté, principalement dû au phénomène de mode de la balade à dos d'éléphants. Cette attraction touristique, dans le but de divertir les touristes, cache une réelle torture. Il faut savoir que les jeunes éléphants sont arrachés à leur mère, afin d'être dressés et formés, suivant le rituel "*phajaan*¹⁵". 50% des éléphants meurent pendant le rituel. Ils sont battus, privés de nourriture et gardés éveillés entre 4 à 6 jours par le "*mahout*¹⁶". Beaucoup de touristes sont inconscients de la souffrance animale, notamment des éléphants, et cela dans le seul but d'assouvir leurs plaisirs exotiques et inconsciemment dévastateurs. En Indonésie, la pollution des plages est devenue problématique, nuisant ainsi, à la réputation de cette île paradisiaque : Bali. C'est le deuxième producteur mondial de déchets, juste après la Chine. Le gouvernement balinais a déclaré, en 2007, "*une urgence déchet*." Les déchets plastiques sont maintenant interdits dans les hôtels et restaurants. Toujours en Asie, en Thaïlande, Maya Bay est un endroit populaire, depuis le tournage du film *La Plage*¹⁷ avec Leonardo DiCaprio. Au compteur, 5 000 visiteurs par jour. Cette plage paradisiaque, au lagon bleu turquoise, ne peut supporter une telle affluence. Et cela entraîne des conséquences sur la faune et la flore : 70% du corail est détruit. Ce business économique fonctionne en grande partie grâce aux influences touristiques. Cependant, ces derniers sont la causes des répercussions environnementales sur la faune et la flore. Ils leur revient donc de prendre les bonnes décisions. Est-ce la fin du tourisme de masse vers un *sur-tourisme** ?

Avec le tourisme de masse, il y a maintenant des destinations à éviter. Le tourisme détruit des sites, et ces répercussions se dévoilent sur la faune et la flore. D'autre part, le sur-tourisme, quant à lui, impacte négativement la qualité de vie des résidents de ladite ville. Les rouages de ce phénomène actuel, influence aussi la perception du touriste. Ils voyagent tous au même endroit. Ils côtoient presque tous les mêmes lieux : la Tour Eiffel, la Sagrada Familia, le Machu Picchu... Victimes

¹⁸ - Danièle Küss : Cheffe du pôle Développement international du tourisme au ministère des Affaires étrangères.

de leur réputation, ces lieux subissent un flot trop important de visiteurs, et cela impacte la qualité de vie des habitants locaux. La période touristique est synonyme de la hausse des prix, de la gentrification* de la ville, de dégâts écologiques et de dégradations dans les zones historiques. À Venise, nous comptons 30 millions de visiteurs annuel, ce qui représente 500 fois plus que le nombre d'habitants. Au vu de ce sur-tourisme, la ville a décidé de mettre en place des portiques qui se ferment lorsque le nombre de touristes dépasse le nombre maximum qu'elle peut accueillir dans la ruelle. Pour Danièle Küss¹⁸, les dispositions à prendre face au sur-tourisme, serait de diversifier l'offre touristique, en proposant un étalement dans l'espace et le temps. C'est-à-dire, réformer de nouveaux circuits touristiques, à différentes périodes de l'année. Le sur-tourisme accompagne le tourisme quantitatif, au profit du tourisme qualitatif. Il s'oppose au tourisme responsable, qui se traduit par une meilleure qualité de vie et une meilleure expérience personnelle du voyage. Le fait de se déplacer librement est le sentiment principal du voyage, mais on peut aussi devenir acteur du monde en montrant son dévouement à la planète, et en ne participant pas au sur-tourisme.

2 – Voyager autrement

Soucieux de s'inscrire dans une démarche touristique responsable, le voyageur adopte une nouvelle attitude, après avoir pris conscience de l'urgence environnementale, économique et sociologique. Comment adopter une nouvelle attitude de voyageur responsable ?

Tourisme et éthique se répondent et s'associent, dans la pluralité du respect de la nature, des déplacements et des civilisations. Tourisme durable, écotourisme, voyage solidaire.... Ces nombreuses appellations invitent à redécouvrir une planète attirante et accueillante, en adoptant un regard respectueux de la planète. En 2007, aux États-Unis, un phénomène émergent s'est manifesté, du fait de la crise des subprimes : le *staycation**. Ce néologisme, réponds au fait de partir en vacances chez soi. Agir pour un tourisme écologique, économique et social, implique un nouveau mode de vie à consentir, c'est-à-dire, limiter son empreinte carbone (ne pas prendre l'avion), économique (ne pas séjourner dans les hôtels) et consommer localement (redécouvrir sa ville). Le staycation soulève la question de

savoir, si le voyage ailleurs que chez soi, serait vraiment reposant. Faire sa valise, ne pas rater son avion, gérer le planning familial.... Toutes ces actions génèrent du stress. *Alors, pourquoi partir en vacances loin quand les vacances à la maison sont plus reposantes ?*

Cette alternative au voyage est cependant, remise en question, par la technologie, qui répond de manière efficace, rapide et rentable au voyage. Elle facilite et réduit le stress dû aux préparatifs et ce, tout au long du voyage. Prenons l'exemple de l'application *PackPoint*¹⁹, organisation de voyage numérique. Elle permet d'organiser à votre place votre voyage et vous dit ce que vous devez emporter dans votre valise en fonction de la météo, de la durée, de la destination, et des activités possible lors de votre voyage. *Serait-ce une injonction à la liberté, qui est pourtant la clé du voyage ?* Les technologies ont maintenant, le pouvoir de planifier un voyage. *Cette maîtrise du voyage ne serait-elle pas, au final, un frein à l'aventure ?* C'est le nouveau rapport auquel le voyageur moderne connecté doit se confronter.

"Tu n'oublies pas de m'envoyer des cartes postales!" À l'heure où la carte postale était un moyen de communication, permettant de garder un lien avec ses proches, elle se voit remplacée petit à petit par les textos. À présent, au moment du départ, c'est plutôt, *"Tu auras du réseau?"* L'avantage des cartes postales et les inconvénients sont qu'il est toujours possible d'envoyer une carte, il suffit juste de se munir d'un stylo, d'un papier, d'une enveloppe et d'un timbre. Cependant, il est connu que la poste peut perdre une lettre, et que le message arrive des jours, voir des semaines plus tard. Alors, qu'avec le téléphone portable, la transmission du message est immédiate. Néanmoins, il faut prendre en compte le fait que des territoires sont encore démunis d'antennes satellites, qu'il y a encore des pays, comme la Chine et la Corée du Nord, où Internet est interdit, et que les puces téléphoniques ne sont pas gratuites. D'après le cabinet *Sparkler*, 95% des voyageurs se connectent à leur smartphone en vacances. Facebook est le service le plus utilisé en voyage. Les vacanciers partagent leur géolocalisation de l'aéroport, avant même d'attendre d'arriver à destination. Pour ensuite, lorsqu'ils sont arrivés, poster sur leurs profil Facebook "enfin coupé du monde !" Ce paradoxe est de plus en plus visible sur les réseaux sociaux.

Ancré dans un monde numérique, le voyage devient alors une évasion électronique²⁰. *Or, il serait intéressant de se demander,*

si se déconnecter de ses appareils technologiques, donnerait naissance à un voyage plus authentique ?

Internet nous dicte la marche à suivre. Accessible et omniprésente, cette connexion altère le voyage d'aventure. L'information et la communication numérique, accompagnent les voyageurs en tout lieu se substituant aux outils traditionnels, comme la carte et la boussole et faisant plonger le voyageur au centre d'une nouvelle communion au monde. Le voyage est synonyme de reconnexion à soi. Il offre la possibilité de se recentrer. Ce sont ces alternatives qui motivent le voyageur d'aventure : briser la routine. Or, la présence de la télécommunication, ramène immédiatement l'individu à son origine, à son quotidien qu'il tente de fuir en voyage. Se déconnecter devient une épreuve contemporaine, dans notre monde où nous sommes hyper-connectés et addicts à ces technologies. Or, le voyage permet de le faire. Le voyageur a le choix de se déconnecter pour vivre pleinement son périple. La déconnexion permet de retrouver son intimité, son corps et son esprit, en favorisant les cinq sens. Entendre une musique au bout de la rue, sentir les épices du marché... Ce phénomène de "digital-detox"²¹ se retrouve au sein du film *Villa Amalia*²¹, de Benoît Jacquot, où le personnage immole ses appareils électroniques, à la recherche d'un voyage solitaire serein. *Où se place le voyageur dans un monde connecté ? Doit-il partir avec son smartphone et autres appareils technologiques ?*

19 - "Packpoint" : Application mobile pour faciliter l'organisation de son séjour.
20 - "Évasion électronique" : Laurie Anderson.

← Hawaiï

Sources

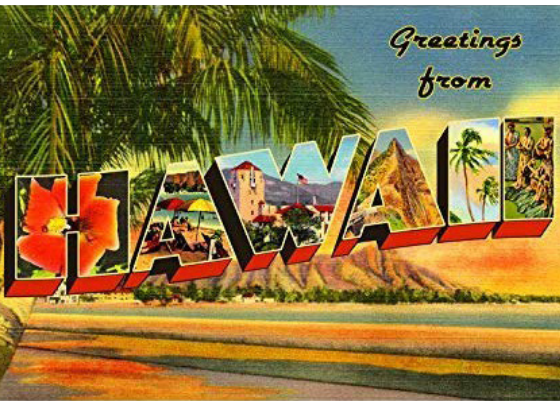
- 1 : Uncle Kent Ghirard's Hula Nanis.
- 2 : <https://topofwaikiki.com/>
- 3 : <https://www.amazon.com/postcard/>
- 4 : <https://www.mysticstamp.com/Hawaii/>
- 5 : <https://www.to-hawaii.com/stamps.php>
- 6 : <https://visualmelt.com/Superstudio>
- 7 : <https://www.lemonde.fr>
- 8 : <http://www.45worlds.com/vinyl/>



1



2



3



4

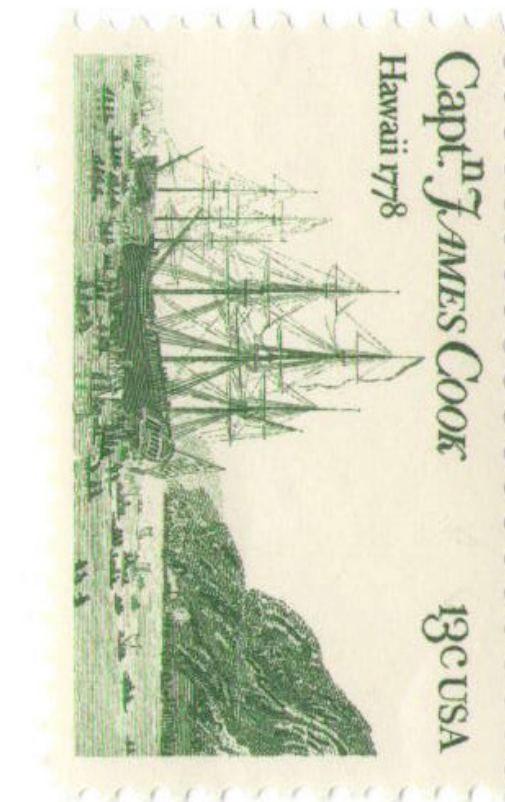
« La carte postale portable »

La chemise hawaïenne ou chemise Aloha, est un vêtement typique d'Hawaï. Elle connaît son heure de gloire après la guerre, puis dans les années 1980. Couplé avec le début des vols commerciaux vers Hawaii, cela a fait grimper les ventes. Comme l'affichait une campagne de marketing, il s'agissait en fait de « cartes postales portables. » Elle est diffusée aux États-Unis par les touristes et militaires revenant de l'île. Jamais rentrée dans le pantalon, elle est signe de décontraction. Elle reste d'abord utilisée par les surfeurs ou les plagistes. L'album Blue Hawaii est un grand succès et Presley, portant des chemises hawaïennes est un des facteurs importants de la visibilité et de la popularisation de cet habit.

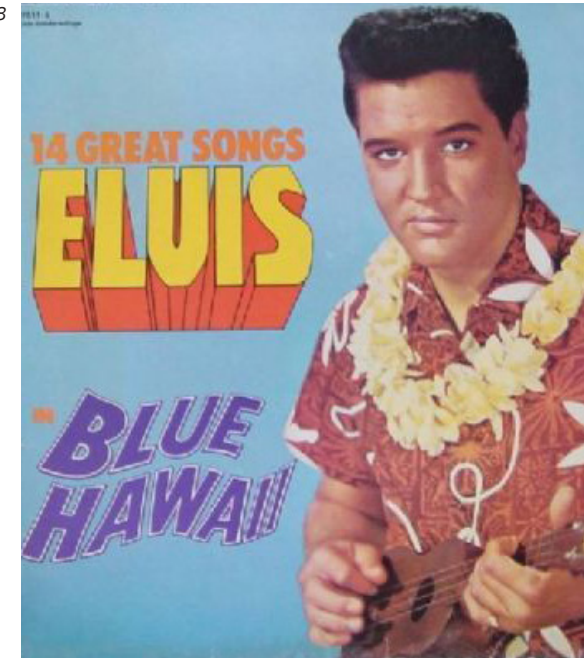
6



5



8



3 — Le cyber voyageur

La nostalgie du voyageur traditionnel, quand il pouvait encore se confronter à l'altérité et éprouver une sensation de déconnexion avec son quotidien, est désormais remplacée par le voyageur moderne, et depuis peu par le voyageur hyper-moderne ²².

L'impression d'être au bout du monde est rompue par cette connexion spatio-temporelle*. Elle introduit inconsciemment, le quotidien dans le voyage, avec ses flux médiatiques constants. Le simple geste de sortir son téléphone de sa poche, ramène immédiatement l'individu chez lui. En effet, le fait d'être joignable rassure la famille, et si le voyageur ne réponds pas, cela sera pris comme un éventuel drame. Être joignable est une marque de sécurité, qui altère l'aventure et la sérendipité du voyage. Par exemple, grâce à la géolocalisation, nous ne sommes plus perdus et nous ne laissons plus place au hasard. Se perdre pour atterrir sur un lieu ou une chose insolite qui n'était pas programmée a une dimension magique. Nous avons les yeux rivés sur notre téléphone qui nous guide sur le chemin, sans réellement regarder ce qu'il y a autour de nous. Le fait de ne pas se servir de son GPS en voyage laisse place à l'extase et à la surprise dans un monde où tous les chemins sont tracés. Comme dit précédemment, le fait d'être connecté rassure. Il y a le sentiment de sécurité d'avoir un GPS afin de retrouver sa route, mais aussi de ne pas se sentir seul en contactant ses proches. Cet appareil limite aussi les risques, en pouvant appeler les secours en milieu hostile. Il permet également de pouvoir échanger dans une langue étrangère via Reverso ou Google Traduction²³. Le téléphone possède toutes ces applications qui contribuent à un sentiment de sécurité là où il n'y en a pas nécessairement besoin. L'apparition de nouveaux médias, tel que Skype²⁴, permet de communiquer à travers le globe, afin de garder contact avec ses proches. La séparation et la solitude se voient donc transformées.

La planète est désormais couverte d'antennes-relais et se trouve entièrement balisée. Le filet médiatique* est rassurant et la distance ne sépare plus mais n'invite pas non plus à l'altérité*. Partir en voyage c'est faire un point sur soi-même mais aussi sur ses proches, en reconsidérant leur place dans nos vies. Être loin, déclenche le manque envers son entourage,

* «Spatio-temporel» : lexicque p.73
* «Filet médiatique» : lexicque p.72
* «Altérité» : lexicque p.70

²² - Francis Jauréguiberry & Jocelyn Lachance? "Le voyageur hyper moderne, partir dans un monde connecté", publié le 5 janvier 2017.
²³ - "Reverso - Google traduction" : Traducteurs en ligne
²⁴ - "Skype" : Logiciel qui permet aux utilisateurs de passer des appels téléphoniques ou vidéo via Internet gratuitement.

* «Autochtone» : lexicque p.70
²⁶ - "Running drawing", Claire : Originnaire du New Jersey, elle parcourt les rues de façon à former des dessins.

sauf que voyager en se munissant de son smartphone offre au voyageur l'éventualité d'entretenir un lien avec ses proches, et donc de faire un retour immédiat à son quotidien, alors qu'il voulait s'en détacher en partant à l'autre bout de la terre. Lors des voyages en solitaires, la solitude est un aspect récurrent chez le voyageur. En partant avec son téléphone, il ne se connecte plus à son environnement spacio-temporel, ne forçant pas la rencontre physique. En effet, il se connecte à son ordinateur mais ne se connecte relationnellement pas avec les autochtones* du dit-pays. Au lieu de demander sa route à un habitant, il va préférer utiliser Google Map²⁵. Pour lui, cela est une forme d'indépendance, alors qu'il est dépendant de son outil informatique. En revanche il permet une liberté artistique, comme on peut le voir dans le travail plastique de Claire. Son projet Running Drawing²⁶ (*dessine avec tes pieds*) consiste à courir et dessiner à l'aide du trajet que l'on emprunte, révélant une figure qui n'est visible que sur le plan du GPS. De belles manières de détourner cet outil, en y alliant marche et plaisir. Cependant, en ne lui retirant pas sa fonction première de se repérer dans l'espace. Ce dernier nous commande inconsciemment, nous dicte le chemin à prendre, et ne nous laisse plus le temps de réfléchir par soi-même, en rendant complètement obsolète la boussole qui avait le pouvoir de valoriser son sens de l'orientation. Les outils se voient remplacer, le type de voyageur aussi.



— GPS drawing, Marine Leleu.

Le voyageur moderne est donc bien en voie de disparition, laissant la place au voyageur hyper-moderne. Ce dernier se définit par son hyper-connexion. Le voyageur moderne erre, découvre, et fait de ses technologies un usage ponctuel et il ne se pose pas la question de déconnexion. Alors que le voyageur "hyper-moderne", possède "l'hyper-choix" d'être ou de ne plus être "hyper-connecté". Il est face à un dilemme, de partir avec ses appareils électroniques nomades ou non. Seulement 5 % se coupent définitivement de toute connexion, 93 % utilisent Internet pour préparer le voyage et 53 % transportent avec eux leur smartphone durant le périple, en désactivant la connexion numérique²⁷. Le téléphone, démunie de sa fonction principale de téléphoner, ou encore support comme surfer sur le web, a la capacité d'être un réel carnet de voyage nomade et peu encombrant. En effet, il est possible d'utiliser le smartphone comme un dictaphone, appareil photo, prise de note, mp3, cartes géographiques... Retirant sa fonction première de communication il peut en effet, permettre de collectionner et de classer des souvenirs. En fin de compte, le voyageur traditionnel ne vivra jamais un voyage comme autrefois. Il est plongé dans ce monde hyper-connecté où il lui est difficile de se débrancher. Ce sont dans nos choix que nous créons notre voyage. Nous pouvons refuser la médiation numérique afin de pouvoir vivre pleinement son aventure. Dans un monde actuel qui est fragile, le voyageur-hyper-moderne peut positionner la nature de son voyage. Et le design pourrait devenir une alternative, durable et responsable dans le domaine touristique. Nous verrons, que le designer graphique peut créer une aventure relevant d'un désir exotique qui ne pollue pas la planète. Voyager dans des mondes qui n'existent pas encore !

²⁷ - Sondage dans "Le voyageur hypermoderne, partir dans un monde connecté", Francis Jauréguitberry & Jocelyn Lachance.

3

Le design graphique comme générateur d'images d'un voyage imaginaire

Lien entre deux mondes
Une réalité transformée
L'émergence de monde fictifs

Le design graphique comme générateur d'images d'un voyage imaginaire

On peut se demander si le design permet d'imaginer une expérience touristique tout en réduisant l'impact sur le secteur biosphérique. Est-ce que tourisme et design sont compatibles ? Le design peut-il contribuer à une réflexion touristique, désirable et durable ?



—* The art of fuck you, Michael Wolf.

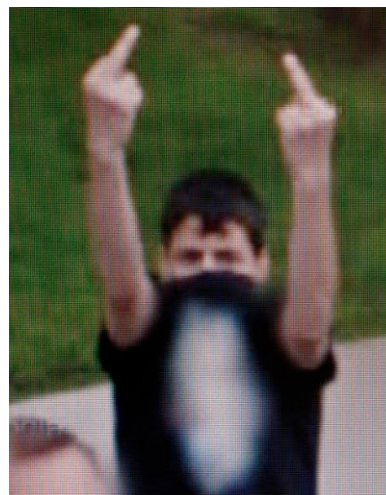
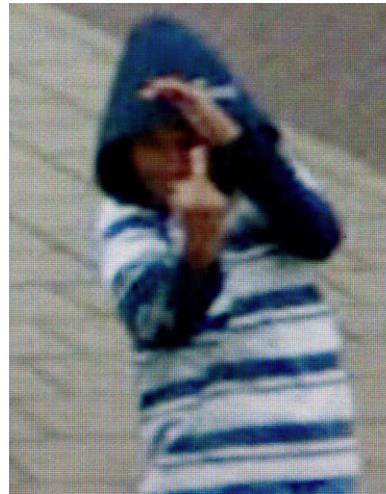
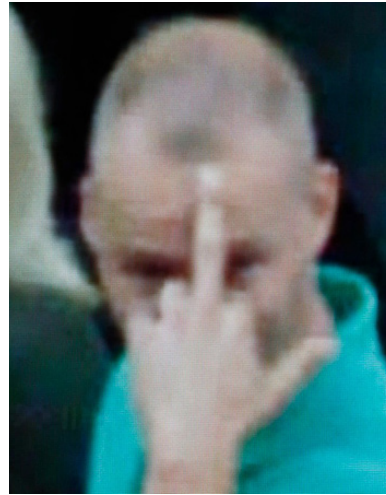
1— Lien entre deux mondes

Des plateformes numériques connectées, nous offrent aujourd'hui la possibilité de contempler la terre, sans même bouger de chez soi. Il est désormais possible de visiter un quartier, en accédant à l'application Google Earth. Elle nous offre la maîtrise de contrôler le monde, en choisissant la direction que l'on veut emprunter. Nous pouvons zoomer, sur n'importe quel endroit du globe, représentant une réalité intacte du monde qui nous entoure. Le voyage virtuel devient donc une réelle expérience immersive où nous tenons les commandes. Grâce aux photographies satellites, il n'a jamais été aussi facile de pouvoir voyager où l'on veut, même dans les endroits les plus reculés du monde. Plus aucun endroit dans le monde n'est inconnu car tous sont dotés d'une antenne de géolocalisation. Le local devient global voire mondial. On y trouve une rediffusion intime de notre environnement. En effet, les technologies se mêlent à notre quotidien.

Le travail photographique, *The art of fuck you*, de Michael Wolf²⁸, met en avant le geste du doigt d'honneur, comme signe provocateur et résistant envers notre monde envahit par la vidéo-surveillance*. L'artiste, assis face à son ordinateur, voyage virtuellement dans les rues américaines. Il fait des captures d'écrans des images de vidéo-surveillance par les Google Cars²⁹, afin de les collectionner dans une édition regroupant les personnes levant leur 3ème doigt. Ce geste est une manière de montrer son désaccord envers la montée du pouvoir de la vidéo-surveillance. L'aménagement numérique des territoires, nous permet donc de pouvoir voyager virtuellement, comme si nous étions dans un monde réel. Nous pouvons l'observer avec la version de réalité virtuelle* de Google Earth VR³⁰, où il est possible d'explorer le monde dans sa globalité et aller dans des endroits où l'on n'irait peut-être jamais physiquement ! De Tokyo, à la Silicone Valley, ou encore en Amazonie dans des tribus indigènes, cette expérience est désormais faisable. Les technologies, nous plongent dans un nouvel environnement similaire à celui que nous connaissons mais ce dernier est impalpable et tangible* et nous sommes placés comme maître de notre trajectoire virtuelle.

* «Réalité virtuelle» : lexique p.73
* «Tangible» : lexique p.74

²⁸ - "The art of fuck you", Michael Wolf, photographe allemand né en 1954 à Munich et mort le 23 avril 2019.
²⁹ - Google Cars : Voiture autonome, pour la prise d'images pour l'application Google Street View.
³⁰ - Google Earth VR : Adaptation de Google Earth en réalité virtuelle.



* «Ubiquité» : lexic p.74
 * «Omniprésence» : lexic p.72
 * «Omnipotence» : lexic p.73
 * «Téléprésence» : lexic p.74
 * «Interaction» : lexic p.72

31 - "Beam", Awabot : Entreprise spécialisée dans la robotique de service.

Le regard du voyageur hyper-moderne sur le monde réel, est biaisé par les nouvelles technologies. Son rapport n'est plus le même. Il entretient un lien avec son smartphone, qui lui permet de tout voir et de tout savoir. En effet, il peut visiter, virtuellement, une chambre d'hôtel, sans même se rendre sur place. Le voyageur se situe dans deux lieux simultanément : virtuel et réel. Ainsi le voyageur est au centre d'un nouveau rapport à l'espace. On peut parler d'ubiquité* technologique, qui possède une capacité "divine" "magique", voire "religieuse", car avec le téléphone l'homme est à deux endroits différents au même moment. Ce don est réservé aux dieux, mais les technologies donnent la faculté d'être ailleurs et partout. Tourner vers un homme nouveau, à la capacité d'omniprésence* et d'omnipotence*, il peut être en même temps sur Skype avec sa famille, et en parallèle en haut du Mont Blanc, tout seul. En définitive, les nouvelles technologies ont donné naissance à un nouvel homme, aux pouvoirs d'ubiquité. Apparaît alors une dimension, où le voyageur est prisonnier d'un entre-deux, réel et virtuel. Nous pouvons le souligner avec l'invention du robot *Beam*³¹ par Awabot, où l'individu voyage à travers ce robot. En effet, la tête est un écran où le visage de l'utilisateur apparaît. *Beam* est équipé de roues, d'une caméra et d'un écran. C'est une sorte de "skype à roulettes". Avec sa direction assistée, l'utilisateur contrôle les déplacements du robot et voyage à travers la caméra, qui rediffuse en temps réel l'espace où il se trouve. L'utilisateur prend la forme de téléprésence* omniprésente, où il est maître d'interagir entre le réel et le virtuel.

Le voyage peut prendre la forme d'un livre, d'une musique, ou encore d'un documentaire. C'est une manière de s'évader vers un ailleurs fantasmé. La musique ou le livre développent notre imaginaire. Une simple succession de notes, peut amener l'individu vers un lieu extraordinaire, où il ne peut pas s'y rendre physiquement, ce sont des sensations impalpables qui renvoient à la notion d'un voyage immobile. Avec l'arrivée des nouvelles technologies interactives*, le voyageur vit dans deux monde simultanés. La réalité virtuelle permet de naviguer entre réel et virtuel, offrant au spectateur une évocation immersive. *Mais peut-on faire le rapprochement entre voyage réel et irréel ?* Les technologies permettent de parcourir le monde, du nord au sud, de l'ouest à l'est, mais cependant il se différencie du voyage en lui-même. Il n'y a pas la sensation d'efforts physiques, comme une randonnée car le cyber-voyageur est assis dans son canapé, les yeux face à un

—* The art of fuck you, Michael Wolf.

écran. La réalité virtuelle invite l'utilisateur à rester statique, et à seulement regarder avec ses yeux. Il devient donc un voyageur immobile. Cependant, à jouer entre réel et virtuel, on peut s'y perdre, et déformer la réalité. L'œuvre numérique de Joe Hamilton, *Indirect Flights*³² met en relation divers espaces, où il tente de dépeindre le paysage contemporain. En effet, à l'aide de fragments architecturaux, de textures organiques et d'images satellites, il s'amuse à mixer tous ces éléments dans un panorama, où tous les plans interagissent, donnant naissance à un paysage artistique et aléatoire, où l'utilisateur s'y perd. *On peut alors se demander, en quoi les technologies contemporaines peuvent-elles modifier la perception de notre monde réel ?*

2 – Une réalité transformée

Les technologies modifient certaines réalités, en transformant nos façons de penser.

La réalité virtuelle ne remplacera jamais la véritable expérience du voyage. Les aléas ne sont pas pris en compte, tout est programmé. On n'y retrouve pas la même excitation de prendre un avion au hasard, que de mettre ces lunettes virtuelles sur le nez. Lorsqu'on visite un lieu sur Google Earth avec son casque et qu'on décide de s'y rendre réellement, ce n'est pas la même expérience. La réalité virtuelle a le pouvoir de faire disparaître et apparaître certaines choses. La machine embellie et rend transparente certains aspects du paysage. Nous nous dirigeons vers un paysage perfectionné grâce à ces nouveaux outils. La réalité virtuelle s'ouvre comme une invitation au voyage. En effet, le *Club Med*³³, premier acteur touristique mondial, permet de visiter ses centres de loisirs avant d'arriver à destination, grâce aux casques de réalité virtuelle. Ils charment les touristes avec leurs vidéos à 360°, où on peut embarquer à Punta Cana, aux Maldives et à Peisey-Vallandry, dans les Alpes françaises. Avec cette expérience immersive, le *Club Med* optimise sa stratégie marketing, tout en offrant une aide aux touristes dans leurs prises de décisions et au choix de leur destination. Malgré l'envie technologique de rendre le virtuel aussi réel que possible, l'artiste Clément Valla³⁴ a découvert d'étranges paysages dans Google Earth. En se baladant dans cette interface, il a remarqué des représentations déformées de la Terre. De nombreux ponts semblent s'effondrer. Il collecte ses images *buggées*, afin d'en



SCAN ME



— *Indirect Flights*, Joe Hamilton.

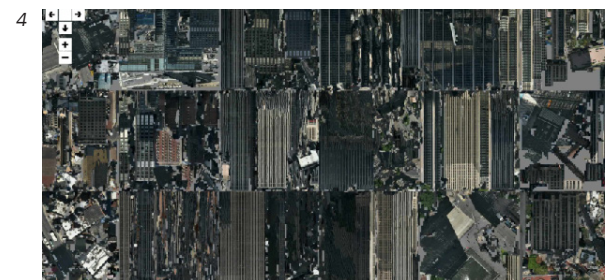
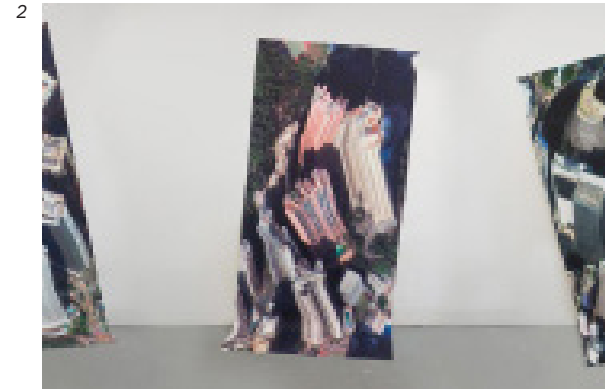
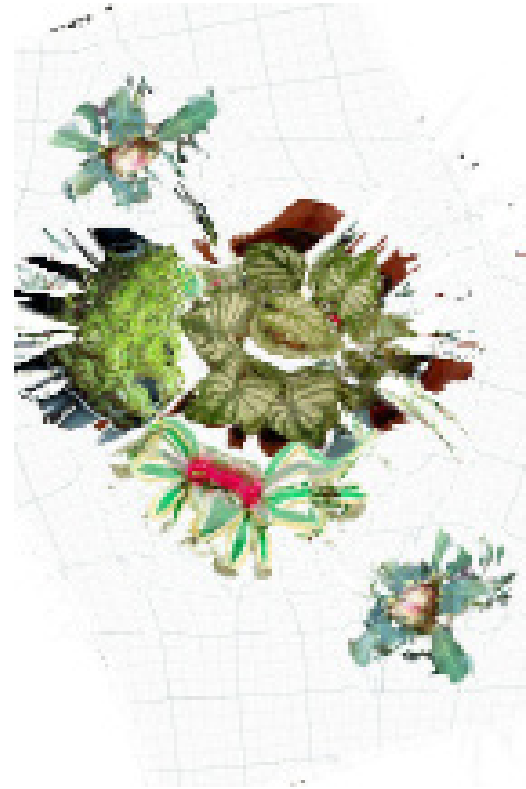
³² - "Indirect Flights", Joe Hamilton : <http://indirect.flights>, scan le QR code !

³³ - Club Med : Entreprise française, créée en 1950 par Gérard Blitz, commercialise des séjours dans des villages de vacances, dans le monde.

³⁴ - Clément Valla : "The Universal Texture"

← Clément Villa

- 1 : Postcards from Google Earth
- 2 : The Universal Texture
- 3 : Plants and Grids
- 4 : 3d-maps-minus-3d.com
- 5 : The Universal Texture Recreated
(46°42'3.50"N, 120°26'28.59"W)



faire une collection d'anomalies du système de Google Earth, où le spectateur peut, à l'aide des coordonnées géographiques, s'y rendre par lui-même. Cette technologie a donc changé la réalité qu'elle aborde, ici, la Terre. Malgré le désir numérique de calquer à la perfection la réalité, il y a cependant une distance entre les deux. *Mais quels sont les impacts du virtuel dans la réalité ?*

Avec la démocratisation des nouvelles technologies, le voyage devient plus accessible : plus économique qu'un tour du monde, réalisable pour les personnes qui ont peur de prendre l'avion et offre la possibilité de renouveler l'expérience à l'infini. Toutefois avec l'abus des casques virtuels, ils peuvent provoquer des effets indésirables, comme ressentir la nausée, le vertige ou encore les maux de tête. Ces symptômes, sous le nom de *cybersickness*^{*}, se manifestent comme une cinétose^{*}. Cela se déclenche, la plupart du temps, quand arrive le moment où nous bougeons trop vite la tête. Effectivement, l'image intérieure du casque a un délais de 50 à 200 millisecondes avant de bouger. Nous ne sommes donc pas dans le même espace temps, où la machine est plus lente. Cela crée en nous une perturbation neuro physiologique, créant des distorsions dans notre cerveau. Nous perdons nos repères, notre équilibre, pouvant même aller jusqu'à l'évanouissement. Le virtuel vient donc altérer nos perceptions et nos ressentis dans la réalité. Cependant, certaines artistes et designers, refusent cette intégralité virtuelle, où la perception devient néfaste pour l'organisme humain. Ils décident de mêler réalité et virtuel, avec des repères ancrés dans le monde qui nous entoure, afin que le spectateur ne soit pas déstabilisé, comme on peut le voir dans le projet *Holiday*³⁵, où le voyageur se place au sein de l'ironie superficielle du tourisme. C'est une expérience qui interagit entre le réel et l'irréel, où tout le processus de l'aéroport est conservé. En effet, le touriste, subit le contrôle de détection d'objets métalliques, s'assoit dans un vrai siège d'avion avec un plateau repas indigestement chimique. Le projet utilise donc les codes de la vraie vie, en y ajoutant une plus-value : le virtuel. Il utilise la vidéo sensorielle^{*}, avec des lunettes tactiles, odorantes et visuelles. De là, les visiteurs sont plongés dans une critique ironique du tourisme, offrant une expérience immersive et interactive sans quitter son siège.

Le voyage numérique ne se dit pas authentique, car il n'y a pas d'expériences humaines à proprement dit, c'est-à-dire, aller à la rencontre d'autochtones et partager un moment unique avec cette personne, qui est inévitablement impossible à retranscrire

virtuellement. Le voyage est personnel. Les photos ramenées de voyages sont comme des témoignages et regorgent de souvenirs passés. C'est un moyen de se remémorer le périple, et de les partager sur les réseaux sociaux afin d'avoir une trace numérique. Cependant une nouvelle mode américaine est arrivée sur les réseaux sociaux, le *Fake Vacation*. Cela consiste à tromper sa communauté, sur le fait d'être parti en vacances, alors que ce n'est pas le cas. L'image est une preuve et l'entreprise *Fake A Vacation*³⁶, a donc décidé de vendre des photo-montages de paysages touristiques, pour les personnes ayant un petit budget, qui n'ont pas le temps, ou encore parce que leur avion a été supprimé à la dernière minute. Le but est de faire un photo-montage^{*} avec un arrière-plan paradisiaque, et de positionner en premier-plan les clients. Ce défi, a pour objectif d'impressionner et de susciter l'envie auprès de son entourage. Les vacances sont onéreuses, et c'est pour eux le moyen "d'aller" à l'autre bout du monde, dès 20 \$. Ces trucages découlent en partie, de la pression sociétale des réseaux sociaux, où l'individu doit absolument montrer sa vie formidable, et s'il ne poste pas de photos, c'est qu'il ne se passe rien dans sa vie. "En 2017³⁷, une enquête a démontré que plus de 33 % des hommes et 26 % des femmes ont publié de fausses images de vacances sur les réseaux sociaux, afin de donner l'impression de voyage luxueux." Nous pouvons dire, que le photomontage a l'art et la manière de tromper et de créer des univers irréels. Le rôle de l'image dans l'élaboration de mondes fictifs est primordiale. Elle donne la possibilité de voir des choses qui ne sont pas perceptibles dans la réalité. C'est grâce à elles qu'on peut y croire, et c'est, en partie grâce au travail du designer graphique qui excelle dans la construction des possibles futurs.

3 – L'émergence de mondes fictifs

Né du fruit de l'imagination, les mondes fictifs nous transportent vers de nouveaux horizons, auxquels la distinction entre vrai et faux, est difficile à percevoir. Ces mondes se nourrissent principalement de magie, d'extraordinaire ou encore de fantasmagorie. En 2005, Bruce Sterling³⁸ donne un nom à cela, le *design fiction*. Il peut aussi se nommer design spéculatif ou encore design critique. Les designers James Auger

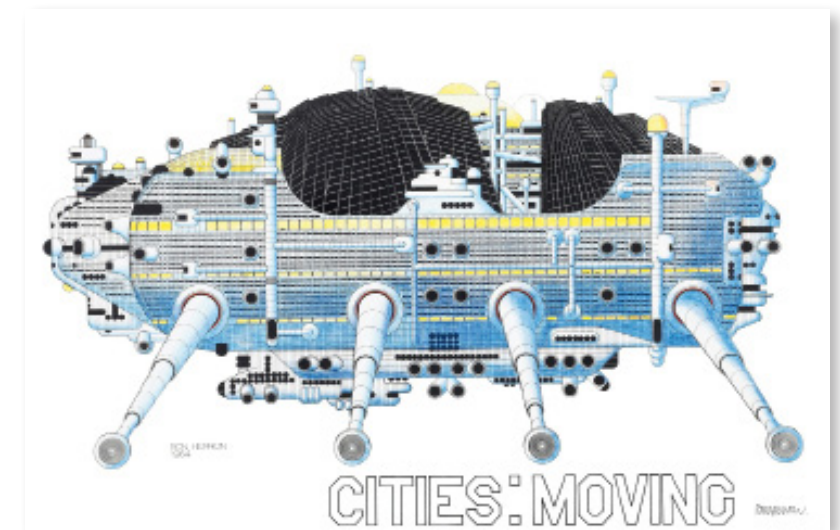
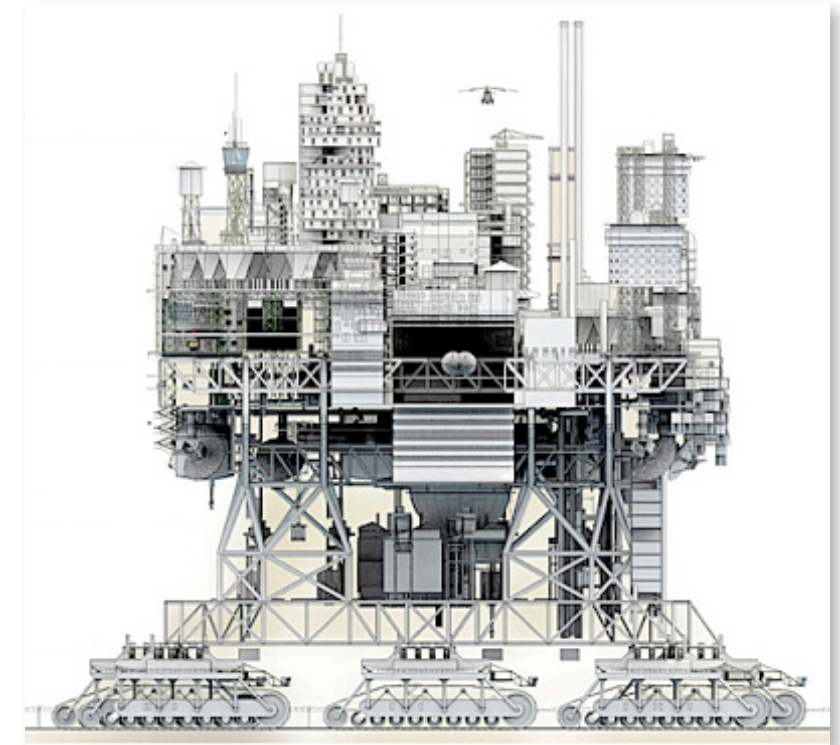
et Jimmy Loizeau³⁹ en donnent la définition suivante : “*Le design spéculatif combine des extrapolations hypothétiques et informées du développement d'une technologie émergente avec une conscience profonde du paysage culturel dans laquelle elle pourrait être déployée, afin de réfléchir produits, systèmes et services futurs*”.

À la croisée du design, de la technologie et de la fantasmagorie*, le design-fiction crée un ailleurs, dans le désir d'engendrer et d'appréhender un futur possible. C'est une nouvelle manière de produire des récits, dans le but d'anticiper l'avenir. Le designer graphique, au coeur de cette pratique, a un pouvoir d'influence sur les imaginaires et les réflexions collectives. En effet, il a le pouvoir de créer des narrations via l'image, en mettant l'accent sur des potentiels futurs. Il constitue un paysage, tout en en questionnant présent et futur. Il pointe du doigt des problèmes en tout genre, où l'objectif est de susciter un débat, avec des potentielles ouvertures. Le designer ne se limite pas aux contraintes, bien au contraire, c'est un terrain de jeu pour lui où tout est possible. Que cela soit dystopique* ou utopique*, la clé est de libérer son imagination afin de se projeter dans le futur. Cependant, le designer, en se libérant de toute contraintes, doit tout de même travailler la vraisemblance pour que le projet soit un minimum envisageable. Le design-fiction met en avant des hypothèses fictives, mais pour autant réalisables. Comme nous l'avons vu précédemment, le photomontage est un outil numérique, qui permet d'assembler des parties d'images à une autre, pour lui donner un aspect réel, alors que c'est un trucage. L'antécédent de ce dernier, est le collage manuel. *Super Studio*⁴⁰ et *Archigram*⁴¹, utilisent ces outils, en mettant en scène des architectures fictionnelles. L'après-guerre permet, aux artistes et aux designers de repenser la ville en perturbant les systèmes. Ils diffusent de nouvelles idées architecturales, où la mobilité est souvent évoquée. En contestant le modernisme, ils remarquent que la *ville moderne* des années 60 ne répond pas aux attentes de l'épanouissement social et culturel qu'elle prétendait apporter. De ce fait, ils engagent un nouveau terrain d'exploration, où ils remettent en cause l'architecture en elle-même, en la déterritorialisation. Les designers de *Super Studio*, se sont réappropriés l'espace urbain, par des collages principalement, en composant des architectures minimales, infinies et transparentes. *Archigram*, expérimente, de manière avant-gardiste la ville utopique, en remettant en question l'attachement au sol, en créant des habitations nomades. Ces architectures mobiles et évolutives sont le fruit du design

fiction, avec un ton graphique optimiste et prolifique. Nous pouvons donc nous demander, si le design fiction, dans sa capacité à produire de l'image, serait une alternative au tourisme virtuel.

* «Fantasmagorie» : lexique p.71
 * «Dystopie» : lexique p.71
 * «Utopie» : lexique p.75

39 - James Auger & Jimmy Loizeau : *Designers industriels*.
 40 - *Super studio* : Fondé en 1966 par Adolfo Natalini et Cristiano Di Francia, à Florence.
 41 - *Archigram* : Groupe de six architectes britanniques : Peter Cook, Ron Herron, David Greene, Warren Chalk, Dennis Crompton et Mick Webb des années 1960-1970. Son nom est issu de la contraction des termes "architecture" et "télégramme."

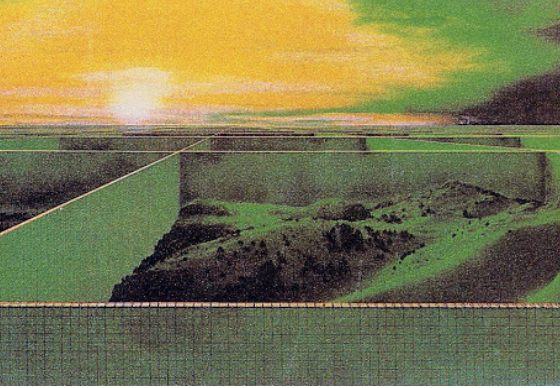


—* *Cities : moving*, Archigram.

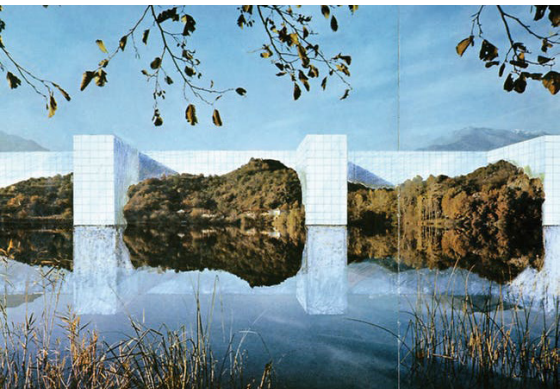
← Super Studio

Sources

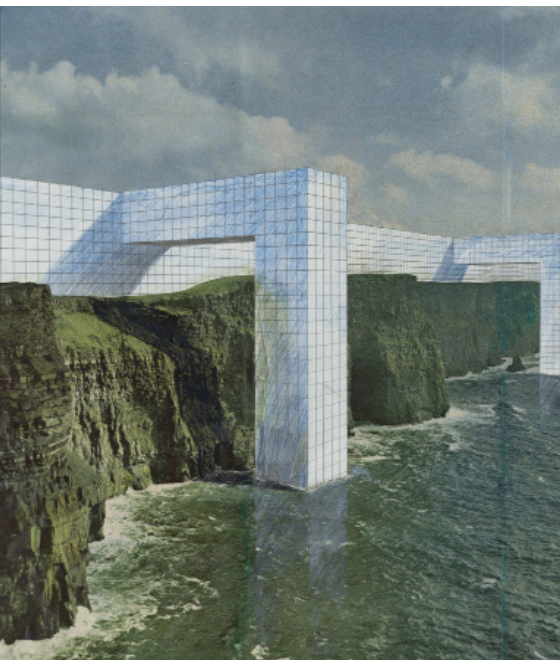
- 1 : <http://www.geometricae.com>
- 2 : <https://archinect.com>
- 3 : <https://www.moma.org/collection>
- 4 : <https://www.domusweb.it>
- 5 : Book, Superstudio Works 1966-1978.
- 6 : <https://visualmelt.com/Superstudio>
- 7 : <https://www.lemonde.fr>
- 8 : <https://www.archdaily.com>
- 9 : <http://www.artnet.com>



1



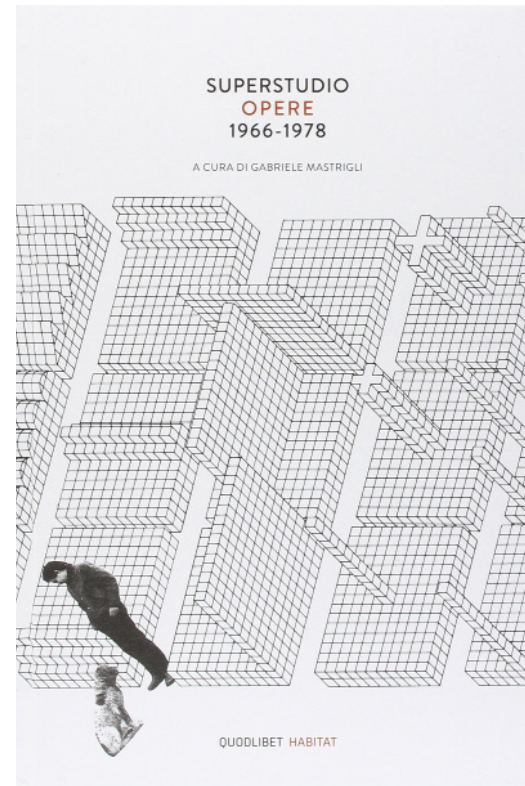
2



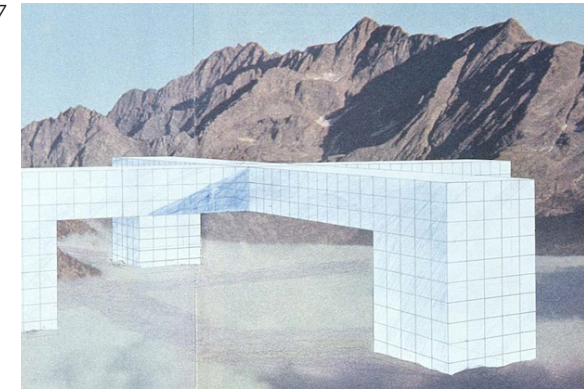
3



4



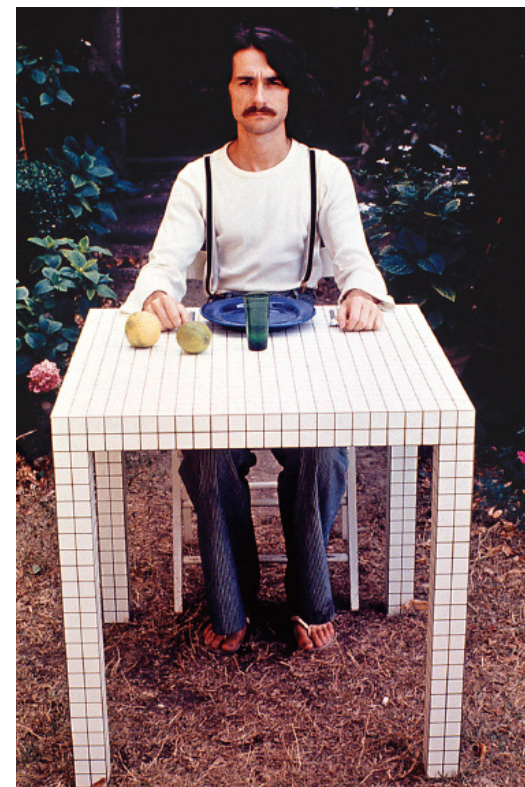
5



7



8



6



9

⁴² - Staffan Björk et Jussi Holopainen : Designers spécialisés dans l'interaction et dans les jeux vidéo.
⁴³ - "Jusqu'ici", Vincent Morisset : <http://jusqu-ici.com> (fonctionne uniquement sur ordinateur avec Google Chrome).
⁴⁴ - Charles Hoy Fort : Né à Albany, le 9 août 1874 et mort à New York le 3 mai 1932, est un écrivain américain spécialisé dans les phénomènes paranormaux.

* «Design immersif» : lexic p.71
 * «Spect-acteur» : lexic p.74
 * «Téléportation» : lexic p.74

Comme nous l'avons vu, le design fiction est destiné à la réflexion, dans le but de soulever des questions. Cependant, s'inspirant des artistes des années 1960-1990, une nouvelle forme de design apparaît : le design immersif*. Ce terme est largement répandu dans le domaine informatique et des jeux vidéo. Justement, dans le livre *Patterns in game design*, Staffan Björk et Jussi Holopainen⁴², divisent l'immersion en 6 catégories : sensori-motrice, cognitive, émotionnelle, spatiale, psychologique et sensorielle.

Art et design immersif peuvent prendre différentes formes :

- Le cinéma
- Les expositions immersives
- L'interaction
- La réalité augmentée
- La réalité virtuelle...

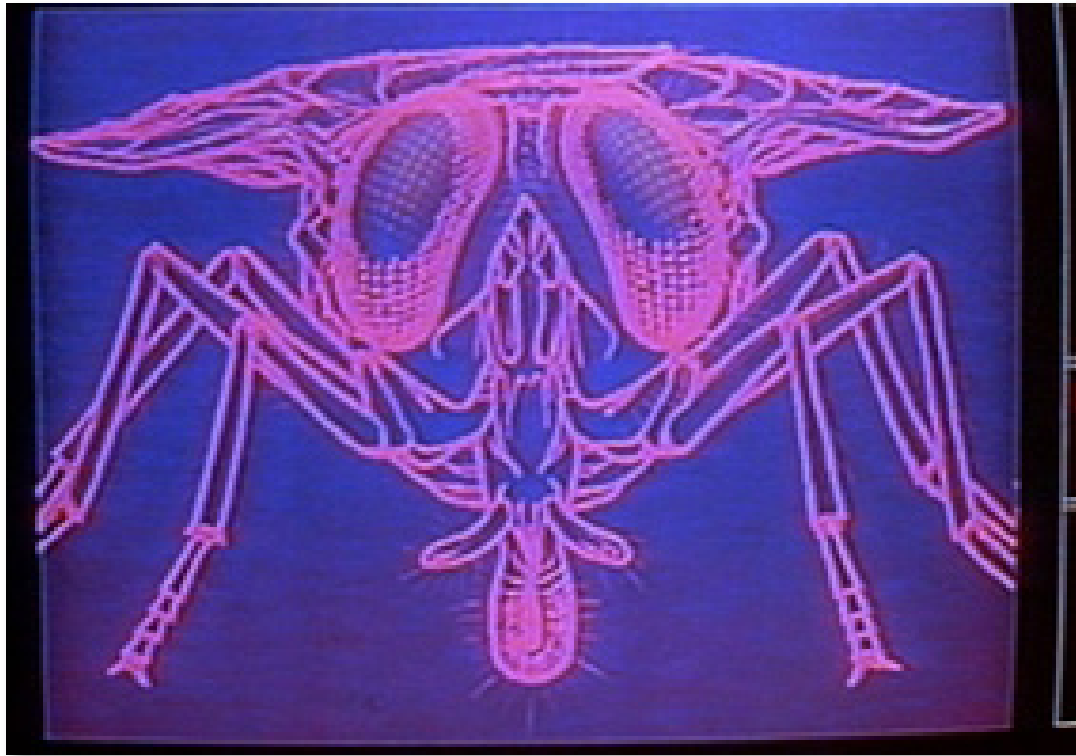
Ce sont de nouveaux environnements qui modifient l'expérience spatio-temporelle, où l'artiste place au centre de son oeuvre le spect-acteur*. Il est au coeur d'un dispositif artistique imaginaire, où ses perceptions sensomotrices sont modifiées.

Peut-on faire un parallèle entre l'immersion et le voyage ?

L'expérience interactive de Vincent Morisset, *Jusqu'ici*⁴³, créée en 2014, reproduit une balade en forêt, avec un univers graphique fantasmagorique, avec une vue à 360°. L'individu se place en tant que spect-acteur où il contrôle la cadence du personnage, en pouvant marcher, courir, sauter et même voler. Il peut s'attarder sur des détails, comme des fourmis, une rivière, des oiseaux... Au cours de ce voyage immersif, de nombreuses surprises sont à découvrir. Le voyage peut donc prendre une forme d'évasion numérique, où le voyageur s'intègre dans un nouvel esthétisme au centre d'une immergence. Le rapport au voyage évolue et se transforme en lien avec les innovations technologiques, faisant naître un tout nouveau rapport au monde et au voyage. Revenons en 1931, où pour la première fois le mot *téléportation** est utilisé par Charles Hoy Fort⁴⁴. La téléportation est le transfert d'un corps dans l'espace, sans interférence, où il voyage, d'un point initial à un point final, un départ et une arrivée. La téléportation ne répond pas à un déplacement physique, mais plutôt à une dématérialisation de l'objet (**point A**) vers une reconstruction de ce dernier (**point B**). Par conséquent, aucune matière ne voyage, car les atomes se trouvent déjà en **B**. On peut parler de clonage, car l'objet **A** n'est pas le même que l'objet **B**. La téléportation, a beaucoup inspirée dans le domaine du 7ème art. Notamment avec le film



— *Jusqu'ici*, Vincent Morisset.



— La mouche, David Cronenberg, 1986.



— Total Recall, Paul Verhoeven, 1990.

*La mouche*⁴⁵, de David Cronenberg, où il invente une machine de téléportation, au nom de : *télépod*. Il s'avère, que Seth, personnage principal du film, rentre dans la cabine dans le but de se faire téléporter, mais par malchance, une mouche le rejoint dans la cabine au moment de la téléportation. En y sortant, il a une apparence normale, pour lui, le processus a fonctionné. Cependant, la mouche vient altérer la procédure, en se mutant avec le corps humain, donnant naissance à une transformation progressive d'une chimère monstrueuse. David Cronenberg, avec son esthétisme prononcé pour les effets spéciaux, démontre que la téléportation est un mirage, bercée entre réel et irréel, auquel de nombreux scientifiques ont tenté de répondre. Elle permettrait, en effet, de supprimer les transports traditionnels, en rendant le voyage plus efficace et plus rapide. Cependant, la téléportation reste un fantasme, mais elle nourrit de nombreux artistes dans leurs productions.

Le réalisateur de *Total Recall*⁴⁶, Paul Verhoeven, s'intéresse lui aussi au voyage, non pas de manière physique comme dans *La mouche*, avec la téléportation, mais plutôt comme un voyage mental, à travers les rêves. Le protagoniste de l'histoire voyage intérieurement grâce à l'implantation de faux souvenirs. Nous pouvons donc dire que la science-fiction met en avant des hypothèses sur les nouvelles manières de voyager. Réalisable ou pas, n'est pas la question, mais cela démontre, en effet que l'artiste et le designer génèrent de l'image au service de l'imagination collective. Ces films d'anticipations sont bien la preuve d'un voyage autour de l'évasion, qui amène à la réflexion et à l'anticipation de l'avenir.

⁴⁵ - "La mouche", David Cronenberg, film, date : 1986.
⁴⁶ - "Total Recall", Paul Verhoeven, film, date : 1990.

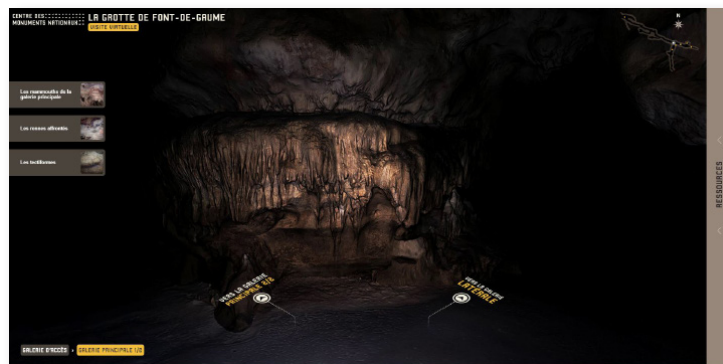
Conclusion

Le rapport au voyage traditionnel est affecté par la connexion numérique omniprésente, sur l'ensemble de la planète terre, qui possède désormais des antennes de connexion numériques à chaque coin de rue. L'expérience de ce voyage est ainsi confronté à une ubiquité médiatique. Avec le développement des nouvelles technologies d'informations et de communications, partir avec ses appareils numériques nomades transforme un simple voyage en un voyage connecté, où la distance n'a plus le même impact et surtout ne sépare plus de ses amis, de sa famille, de son travail... En effet, le voyage traditionnel, qui prône une expérience hors du commun, où l'individu se détache de son quotidien, se voit remplacer par un voyage contemporain, où le voyageur hyper-moderne ne vit plus cette coupure. Par conséquent, le voyageur moderne est en voie de disparition, laissant place à ce nouveau voyageur, dit hyper-moderne, au centre d'un monde hyper-médiatisé et hyper-connecté.

La déconnexion lui donne la possibilité de vivre son voyage dans le moment présent, de manière personnelle et unique. Cependant, avec l'évolution technologique exponentielle que nous connaissons aujourd'hui, il est difficile de faire un retour en arrière, et de vivre une expérience du voyage comme au temps de la *beat generation*. En revanche, la technologie adoucit les aspects dangereux du voyage. Elle permet d'avertir les secours lors d'un accident, de pouvoir retrouver son chemin, grâce au GPS, d'entretenir des liens avec nos proches, de conserver des souvenirs grâce à l'appareil photo ou encore le dictaphone... *Alors pourquoi ne pas détourner ces appareils au service d'un tourisme durable et responsable ?*

Des agences touristiques utilisent la réalité virtuelle, comme Thomas Cook, ou le Club Med, afin de donner un avant-goût du voyage à leurs clients. Ils peuvent se balader virtuellement, dans un espace à 360°, où ils sont complètement immergés dans cet nouvel espace. Ils utilisent ces outils à des fins de marketing. Mais ne pourrait-on pas imaginer un voyage virtuel, au service du maintien économique, écologique et sociale de la planète ? Le sur-tourisme est un réel souci contemporain, du fait de la sur-fréquentation de certains endroits, de la détérioration de paysages, de l'empreinte carbone monstrueuse des avions... Des sites touristiques sont aujourd'hui en péril, comme la grotte de Font-de-Gaume, qui subit une détérioration de ses peintures magdaléniennes* face aux actions vandales des visiteurs. De nombreux graffitis sont découverts chaque jour sur les parois de la grotte. La visite de ce lieu est désormais numérisée, offrant la possibilité de le parcourir sans dégradation.

Le voyage virtuel est donc une voie vers un tourisme responsable et durable où le designer graphique est au cœur de cette pratique. En effet, il excelle dans la création d'images et permet au voyageur de vivre une toute autre sorte d'évasion. Le rôle du designer graphique a la capacité de produire de nouvelles formes de récits narratifs. Par le biais du design-fiction, il peut appréhender le futur, en créant des imageries imaginatives, où le spect-acteur est plongé dans un voyage immersif et étranger à ce qu'il connaît déjà dans la vie réelle. Au cœur d'un périple entre



—* Visite virtuelle de la grotte de Font-de-Gaume.

* «magdaléniennes» : lexique p.

1 - Homère, "l'Illiade" et "l'Odyssée" VIIIème siècle av. J. -C.
2 - Gilbert Keith Chesterton, L'Homme à la clef d'or, 1936

réel et virtuel, l'individu se promène dans des environnements fantasmagoriques, né du fruit de l'imagination de leurs créateurs. Le voyageur virtuel peut se caractériser tel un voyageur immobile. Assis dans son canapé, il est désormais possible de voyager dans des univers imaginaires, grâce aux nouvelles technologies. Mais le voyage numérisé ne possède pas les mêmes caractéristiques que le voyage traditionnel. Le cyber-voyageur n'est pas au coeur de la multitude sensorielle qu'offre le voyage physique. Cependant, il est possible de voyager sans se déplacer. Avec ces nouveautés technologiques, c'est le voyage en lui-même qui est questionné. *Les perceptions et les émotions sont-elles retranscriptibles virtuellement ? Aujourd'hui, on peut se demander si ce n'est pas la nature même du voyage qui doit être repensé par les designers et les artistes pour nous amener à un tourisme virtuel qui pourrait constituer un moyen de protéger et sauvegarder notre planète ?*

Bibliographie
+
Lexique

Bibliographie

* OUVRAGES

- Homère, *l'Iliade et l'Odyssée*, VIIIème siècle av. J. -C.
- Karel Martens, *OASE*, revue indépendante et internationale.
- Nicolas Bouvier & Thierry Vernet, *L'usage du monde*, 1963.
- Jack Kerouac, *Sur la route*, 5 septembre 1957.
- Francis Jauréguiberry & Jocelyn Lachance, *Le voyageur hyper moderne, partir dans un monde connecté*, 5 janvier 2017.

* FILMS

- Danny Boyle, *La plage*, 16 février 2000.
- Benoît Jacquot, *Villa Amalia*, 8 avril 2009.
- David Cronenberg, *La mouche*, 1986.
- Paul Verhoeven, *Total Recall*, 1990.

* SITES WEB

- Indirect Flights*, Joe Hamilton
- <http://indirect.flights>.
- Holiday*, Festival Next Wave.
- <http://2008.nextwave.org.au/festival/projects/18-holiday#>
- Jusqu'ici*, Vincent Morisset :
- <http://jusqu-ici.com>
- Visite virtuelle de la grotte de Font-de-Gaume*
- <http://font-de-gaume.monuments-nationaux.fr>

* ARTISTES

- Karel Martens, graphiste et typographe.
- The Doors, groupe de rock.
- Duane Hanson, sculpteur de l'hyperréalisme.
- Michael Wolf, photographe.
- Joe Hamilton, graphiste.
- Clément Valla, artiste.
- James Auger & Jimmy Loizeau, Designers industriels.
- Super Studio, architectes.

- Archigram, architectes.
- Vincent Morisset, développeur web, graphiste.

* ARTICLES

- Fake a vacation*
- <https://www.techtimes.com/articles/242004/20190422/no-budget-to-travel-this-company-can-fake-your-vacation-for-you.htm>
- Open my trip*
- <http://www.openmytrip.com/le-mag/article/47-voyage-virtuel-l-avenir-du-voyage>
- Tourisme et mondialisation*
- <http://www.editions-harmattan.fr/catalogue/couv/aplat/9782296114449.pdf>
- Archigram, de l'utopie à la folle fiction*
- https://grandhornu.docressources.org/doc_num.php?explnum_id=386
- Le design fiction*
- https://www.wedemain.fr/Le-design-fiction-un-nouvel-outil-pour-se-projeter-dans-le-futur_al993.html
- Robot Beam, Awabot*
- <https://awabot.com>

Lexique

* A

Acculturation, nom féminin

Processus par lequel une personne ou un groupe assimile une culture étrangère à la sienne.

Altérité, nom féminin

Caractère de ce qui est autre.

Autochtone, adjectif et nom

Qui est issu du sol même où il habite.

* B

Backpacker, nom

Une personne qui voyage avec son sac à dos.

Beat generation, nom

Mouvement des années 50 et du début des années 60 qui rejetaient la société conventionnelle, valorisant la libre expression et favorisant le jazz moderne. Parmi les écrivains associés au mouvement se trouvaient Jack Kerouac et Allen Ginsberg.

* C

Cinétose, nom féminin

Trouble qui se manifeste dans une situation de discordance entre la perception visuelle et le système vestibulaire. Selon la cause, on peut aussi l'appeler mal de voiture, mal de l'air ou mal de mer.

Colon, nom masculin

Personne qui est allée peupler, exploiter une colonie ; habitant d'une colonie.

Cyber-sickness, nom

Une forme de mal des transports associée aux environnements de réalité virtuelle.

* D

Cyberspace, nom

Environnement théorique dans lequel la communication sur les réseaux informatiques se produit.

Darknet, nom

Un réseau informatique à accès restreint utilisé principalement pour le partage de fichiers peer-to-peer illégal.

Design immersif, nom

Le design immersif décrit l'activité d'une nouvelle génération de designers qui travaillent de manière inclusive à travers tous les médias axés sur les histoires, les films et les médias, interactifs à des environnements publics.

Digital detox, nom

Une période pendant laquelle une personne s'abstient d'utiliser des appareils électroniques tels que des smartphones ou des ordinateurs, considérée comme une opportunité de réduire le stress ou de se concentrer sur l'interaction sociale dans le monde physique.

Dystopie, nom féminin

Une dystopie est un récit de fiction dépeignant une société imaginaire organisée de telle façon qu'elle empêche ses membres d'atteindre le bonheur. Une dystopie peut également être considérée, entre autres, comme une utopie qui vire au cauchemar et conduit donc à une contre-utopie.

* E

Éthnologie, nom féminin

L'ethnologie est l'une des sciences humaines et sociales : elle relève de l'anthropologie et est connexe à la sociologie. Son objet est l'étude comparative et explicative de l'ensemble des caractères sociaux et culturels.

* F

Fantasmagorie, nom féminin

Vision fantastique, surnaturelle.

* G

Gentrification, nom féminin

Désigne le processus de transformation du profil économique et social d'un quartier urbain ancien au profit d'une classe sociale supérieure.

Grand tour, nom

Long voyage effectué par les aristocrates européens, en particulier britannique, à partir du XVIII^{ème} siècle.

* H

Hippie, nom et adjectif

Adeptes d'un mouvement des années 1970, fondé sur le refus de la société de consommation et prônant la liberté des mœurs et la non-violence.

* I

Immersion, nom féminin

Fascination d'un spectateur pour une oeuvre telle qu'il se sent transporté, capturé par cette oeuvre.

Interactif (desing), nom féminin

Le design interactif est l'activité créatrice dédiée à la conception des produits et des services numériques. Sa démarche consiste à définir la façon dont les personnes, les produits et les services dialoguent.

* M

Médiatique, adjectif

Qui concerne les médias, est transmis par les médias.

* N

Naturaliste, nom

Spécialiste des sciences naturelles.

* O

Omniprésence, nom féminin

Présence en tout lieu.

Omnipotence, nom féminin

Puissance absolue.

* P

Photomontage, nom masculin

Image originale servant de base au montage

Un photomontage est un assemblage de photographies obtenu par collage, par tirage, ou au moyen d'un logiciel, donnant à une photo un aspect différent, par incorporation d'une ou plusieurs parties ou de la totalité d'une autre photo et permettant toutes retouches et trucages.

* R

Réalité virtuelle, nom féminin

Réalité virtuelle technique simulant un environnement en trois dimensions à l'aide d'un ordinateur.

Roman de formation - apprentissage, nom masculin

Genre littéraire romanesque né en Allemagne au XVIII^{ème} siècle. Il s'oppose à la fonction première du romanesque qui est de transporter dans un monde de rêve et d'évasion. On parle aussi de roman initiatique ou de conte initiatique.

* S

Sensoriel, adjectif

Qui concerne les sensations, les organes des sens.

Sérendipité, nom féminin

Capacité, aptitude à faire par hasard une découverte inattendue et à en saisir l'utilité (scientifique, pratique).

Slow-tourisme, nom

Le Slow Tourisme, est une nouvelle forme de voyage qui est apparue au début des années 2000. Il s'agit de prendre le temps de découvrir un lieu, d'apprécier les paysages, en privilégiant notamment des destinations proches et des moyens de transports moins polluants.

Spatio-temporel, adjectif

Qui intéresse l'espace et le temps.

Spect-acteur, nom masculin
À la confluence entre le spectateur qui est témoin de l'action et l'acteur qui agit, le spect-acteur apporte une notion d'interactivité avec le contenu.

Staycation, nom
Un séjour passé dans son pays d'origine plutôt qu'à l'étranger, ou un séjour à la maison et impliquant des excursions d'une journée vers les attractions locales.

Sur-tourisme, nom masculin
Impact du tourisme sur une destination ou toutes parties de celle-ci, qui influence de manière excessive la qualité de vie perçue par les locaux et/ou la qualité des expériences perçues par les visiteurs de manière négative.

* T

Tangible, adjectif
Qu'on connaît par le toucher ; matériel, sensible.

Téléportation, nom féminin
Transport instantané d'un lieu à un autre, sans parcours physique (dans les récits de science-fiction).

Téléprésence, nom féminin
Le terme téléprésence fait référence à plusieurs techniques qui permettent à une personne d'avoir l'impression d'être présent, de donner l'impression d'être présent, ou d'avoir un effet à un endroit autre que leur emplacement réel.

Tulle, nom masculin
Tissu léger, formé d'un réseau de mailles rondes ou polygonales.

Typologie, nom féminin
Science de l'élaboration des types, facilitant l'analyse d'une réalité complexe et la classification.

* U

Ubiquité, nom féminin
Capacité d'être présent en plusieurs lieux à la fois.

Utopie, nom féminin
Conception ou projet qui paraît irréalisable.

* V

Vicissitude, nom féminin
Choses bonnes et mauvaises, événements heureux et surtout malheureux qui se succèdent dans la vie.

* W

World Wide Web, nom
Un système d'information sur Internet qui permet de connecter des documents à d'autres documents par des liens hypertextes, permettant à l'utilisateur de rechercher des informations en passant d'un document à un autre.

Colophon

– * Typographies

Grotta
PoynterOSDisp
IBM Plex Mono

– * Imprimé en février 2019,
à Corep, Cannebière Marseille.

