



MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION  
NATIONALE, DE L'ENSEIGNEMENT  
SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE

MAISON DE LA RECHERCHE

Ecoles Doctorales

Culture & Patrimoine

Sciences & Agrosociences

## AVIS DE SOUTENANCE DE THESE DE DOCTORAT

**Mademoiselle Hécate VERGOPOULOS soutiendra une thèse  
le 29 novembre 2010 à 14h**

### Salle des thèses

SPÉCIALITÉ : COMMUNICATION

Titre de la thèse : Tourisme et curiosités. Approche communicationnelle du légendaire dans les guides de voyage imprimés

Membres du jury :

JEANNERET Yves, PR SIC, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse,  
PIERRE Jacques, PR Sciences des religions, Université du Québec à Montréal, Canada,  
DAVALLON Jean, PR SIC, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse,  
BERGERON Yves, PR Ethnologie, Université du Québec à Montréal, Canada,  
WRONA Adeline, MCF-HDR SIC, Université Paris IV,  
COLOMBO Fausto, PR Media théories, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milan, Italie.

Résumé de la thèse :

Tourisme et curiosités.

Approche communicationnelle du légendaire dans les guides de voyage imprimés.

On considère volontiers que la légende est un objet que se partagent les communautés « extra-modernes ». Traditionnelle, elle est donc lointaine dans le temps et/ou dans l'espace. C'est cette légende qu'étudient, par exemple, les anthropologues. Une autre alternative consiste à penser que la légende est, au contraire, très proche de notre « modernité ». Elle est alors urbaine ou contemporaine, n'est plus vraiment une légende mais une rumeur et s'impose comme le terrain privilégié des « rumorologues ». Traditionnelle, elle se manifeste ainsi dans un ailleurs de la modernité urbaine ; moderne, elle s'y incarne, mais n'est plus traditionnelle. En somme, on refuse à la légende, en tant qu'objet traditionnel, une opérativité socioculturelle à l'intérieur de nos propres sociétés. Or, si les guides les médiatisent, c'est bien qu'elle possède cette opérativité. Toute la question est de savoir comment la définir.

À partir d'analyses sémiotiques menées sur un corpus de guides généralistes présentant New York et l'Écosse (Le Routard, les guides Bleu, Vert et Voir, le Lonely Planet, le Petit Futé et la Bibliothèque du voyageur) mais aussi de guides « spécialisés » (Guide du Paris mystérieux, Le Guide de la France mythologique et les Sites mystérieux et légendaires de nos provinces françaises), cette étude qui défend une approche communicationnelle se propose d'aborder le légendaire – à savoir les légendes et la façon dont elles sont commentées par les guides – comme un objet de discours capable d'instituer un certain rapport à la culture qui serait de l'ordre de la curiosité ou de l'insolite.

La première partie met ainsi en évidence le fait que le légendaire se manifeste comme un objet anecdotique dans les guides de voyage. Ceux-ci disent, en effet, le caractère extraordinaire du référent légendaire tout en postulant et/ou en instituant, cependant, son insignifiance du point de vue culturel. Anecdotique, le légendaire est, en outre, insaisissable.

C'est ce que montre la seconde partie en se concentrant sur la façon dont les guides font des énoncés légendaires des objets proprement inclassables : curieux, ils disent l'étrangeté de l'ordre du monde ; insolites, ils ne disent rien de plus que leur incongruité. S'il est à la fois anecdotique et insaisissable, comment se fait-il que le légendaire fasse pourtant culture ?

La troisième partie répond à cette question en montrant que c'est précisément parce qu'il se définit comme tel qu'il fait culture. Ainsi, le légendaire est un objet de discours qui permet, à celui qui le dit, de se manifester dans le monde social à travers une forme d'auctorialité définie par une désinvolture à l'égard des hiérarchies de valeurs traditionnelles. Par ailleurs, elle montre qu'il est un objet de discours qui se livre au lecteur/voyageur dans le but d'être réitéré. Autrement dit, le légendaire circule, à partir de ces dispositifs touristiques que sont les guides, en proposant à ceux qui se l'approprieraient de renverser ou de détourner l'ordre culturel ; d'habiter le monde en tant qu'il est social, le temps infime de l'énonciation légendaire.

UNIVERSITÉ D'AVIGNON  
ET DES PAYS DE VAUCLUSE

Collège des Etudes Doctorales  
case 3  
74 rue Louis Pasteur  
84029 Avignon cedex 1

+33 (0) 4 90 16 25 29 (tél)  
+33 (0) 4 90 16 25 31 (fax)

bureau 1W69

etudes-doctorales@univ-avignon.fr