

# Imaginaire de la mondialisation et reconnaissance culturelle

Par Rachid AMIROU  
Université de Perpignan (France)  
rachid-amirou@wanadoo.fr

Les transactions internationales (et donc le tourisme) ont été longtemps analysées uniquement en termes de déséquilibres économiques et d'inégalités de répartition des ressources générées par l'industrie du voyage. Cet enjeu est certes primordial, mais il serait erroné de réduire l'analyse du tourisme à la seule dimension économique et utilitaire, les enjeux symboliques, imaginaires et culturels peuvent être d'une actualité et d'une importance cruciale. Tourisme et mondialisation suscitent en fait les mêmes appréhensions et les mêmes réticences, ils évoquent un imaginaire du flux économique et communicationnel : inondation, déversement, invasion de touristes, de marchandises, de messages et d'images (par Internet, CNN, etc.).

La mondialisation n'est pas seulement affaire de quantité de biens, elle est aussi affaire de sens. Comme le dit Fernand Braudel, « l'histoire économique du monde, c'est l'histoire entière du monde, mais vue d'un seul observatoire, l'observatoire économique. Choisir cet observatoire, c'est privilégier à l'avance une forme d'explication unilatérale et dangereuse ».<sup>1</sup> Il estime que toute mondialisation comporte au moins 4 aspects (économique, social, culturel, politique), qui forment système, ainsi on ne peut isoler l'économique des autres aspects. Ce constat est repris par un connaisseur avisé des institutions financières mondiales, le prix Nobel Joseph E. Stiglitz, qui regrette que le FMI soit entre les mains des « fanatiques du marché », et que l'OMC sacrifie tout au commerce, sans autres considérations. Un exemple parmi d'autres : « ceux qui cherchent à faire interdire l'usage de filets à crevettes capturant aussi les tortues et mettant cette espèce en danger se voient répondre par l'OMC qu'une telle réglementation serait une violation injustifiable de la liberté du commerce. Ils découvrent que les considérations commerciales l'emportent sur tout, y compris sur la préservation de l'environnement ! »<sup>2</sup>.

Aussi, serait-il utile d'ajouter l'aspect environnemental et la dimension éthique, même si ce mot est un peu galvaudé, comme suppléments aux 4 critères de Fernand Braudel et donc comme dimensions à prendre en compte dans l'analyse de la mondialisation - ce dernier terme sera utilisé ici comme un idéal type au sens de Weber. L'éthique indiquerait ici l'importance (la primauté ?) du dialogique (Buber, Morin) , de la reconnaissance de l'autre (Levinas, Honneth, Habermas, Taylor) par rapport au commercial, au technique et à l'utilitaire.

## **1. Une destruction créatrice ?**

Cette intrusion de valeurs commerciales « mondiales » dans l'intimité des cultures et des sociabilités peut être ressentie, à tort ou à raison, comme un viol des consciences et des valeurs - le même viol d'ailleurs qu'ont vécu des populations paysannes, villageoises ou artisanales face à l'introduction du commerce de masse et de l'industrialisation taylorienne en Europe du siècle dernier - et à la « restructuration » de ces dernières décennies -, qu'on a justifié comme « processus de modernisation ». Ou comme « processus de civilisation » dans l'imposture coloniale. La globalisation serait ainsi un mal nécessaire.

Pensée comme un progrès, y compris éthique (le souci de l'autre, du plus pauvre que soi), la mondialisation, qui en elle-même peut être bénéfique pour maintes économies, est appréhendée par ses détracteurs comme une uniformisation et un enfermement étouffant dans une religion boursière, commerciale et inhumainement mercantile.

Un contexte historico-symbolique et psychosociologique vient ainsi modeler (si ce n'est modérer ou freiner) la mondialisation. D'autant plus que les relations Nord Sud restent encore marquées par un imaginaire lié aux événements conflictuels (guerres, esclavagisme, inégalités économiques, etc.) et au traumatisme de la

---

<sup>1</sup> In Jacques Le Goff, Heurs et malheurs des mondialisations, Cahiers français, décembre 2001, n° 305, Paris, La Documentation française, pp. 3 - 6. Voir F. Braudel, Civilisation matérielle, économie et capitalisme, 3 vol., Armand Colin, 1979.

<sup>2</sup> Joseph E. Stiglitz, La Grande désillusion, Paris, Fayard, 2002, p. 281.

colonisation<sup>3</sup>. Aussi la mondialisation évoque-t-elle encore une idée de domination, de manipulation, de ruse des pays riches : l'imaginaire du complot est vivace dans certains esprits : la mondialisation serait une conspiration de Wall Street et du FMI pour faire main basse sur la planète.

Joseph Stiglitz, qui ne peut être soupçonné d'extrémisme, considère que peu de personnes aujourd'hui - sauf celles qui bénéficient personnellement de l'exclusion des produits de pays pauvres - « défendent cette grande hypocrisie : on prétend aider les pays en développement alors qu'on les force à ouvrir leurs marchés aux produits des pays industriels avancés, qui eux-mêmes continuent à protéger leurs propres marchés. Ces politiques sont de nature à rendre les riches encore plus riches, et les pauvres encore plus pauvres - et plus furieux ». <sup>4</sup>

Les adversaires de la mondialisation accusent les Pays occidentaux d'hypocrisie : « les Etats développés ont poussé les pays pauvres à démanteler leurs barrières douanières, mais ils ont conservé les leurs, empêchant ainsi les pays en développement d'exporter leurs produits agricoles et les privant d'un revenu à l'exportation dont ils avaient désespérément besoin. » <sup>5</sup>

Autre grief : la mondialisation permet au capital financier de se déplacer librement alors que les mouvements de personnes restent sévèrement réglementés. Les pays, riches ou pauvres, rivalisent entre eux pour l'attirer. (Y compris pour certains Etats en usant de moyens peu recommandables tels le blanchiment de l'argent de la drogue, etc.). La mobilité du capital sape le pouvoir dont dispose l'Etat pour exercer son contrôle sur l'économie. « La mondialisation des marchés financiers a rendu caduc l'Etat providence né au lendemain de la Seconde Guerre mondiale car ceux qui ont besoin d'un filet de protection sociale ne peuvent quitter le pays alors que le capital, autrefois taxé par l'Etat providence peut le faire » écrit un adepte de la mondialisation, Georges Soros <sup>6</sup>.

Il est clair que la mondialisation (au sens idéal typique) peut avoir un impact dévastateur sur les pays en développement, et « d'abord sur les populations pauvres » <sup>7</sup> Cependant cet effet n'est pas automatique, on n'observe pas de causalité directe entre la mondialisation et l'accroissement ou la disparition des inégalités, tout ce qu'on constate est que certains pays qui ont intégré le mouvement ont profité de la situation et ont enregistré une meilleure croissance. Tout en étant critique, Joseph Stiglitz reste persuadé « que la mondialisation - la suppression des entraves au libre-échange et l'intégration des économies nationales grâce à l'action d'une série d'institutions conçues pour amener la croissance économique à tous - peut être une force bénéfique, qu'elle est potentiellement capable d'enrichir chaque habitant de la planète, en particulier les pauvres » <sup>8</sup>

Manuel Castells a montré que la société en réseau, qui semble caractériser de plus en plus la modernité (notamment touristique), est fondée sur le contrôle, la manipulation et l'utilisation de l'information et de la connaissance <sup>9</sup>. L'attribution de sens, la définition des situations, y compris la définition de soi et de l'autre, qui opère à partir de la production et de l'imposition de codes culturels dominants, constitue actuellement un enjeu très important. L'imposition de valeurs dominantes, notamment celle qui pose l'accroissement de la valeur financière marchande comme impératif catégorique, n'est que la résultante de négociations et de conflits en groupes d'intérêts divergents. C'est ce que Alain Touraine désigne comme un conflit d'orientations (d'historicité) au sein d'une société : autrement dit, la mondialisation - sa définition, son orientation, son contenu - est problématique, chaque groupe d'intérêts la définit à sa manière, c'est un « grand récit » comme un autre, une « prédiction créatrice ».

La «quête d'identité - ou le besoin de reconnaissance - contribue aussi puissamment que le changement technico-économique à modeler l'Histoire» soutient Manuel Castells. <sup>10</sup> Les déplacements vacanciers, moments privilégiés pour des contacts entre individus de cultures différentes, n'échappent pas à cette

---

<sup>3</sup> Zaki Laïdi, Mondialisation : entre réticences et résistances, Revue du Mauss, Quelle "autre mondialisation", n° 20, 2002, pp. 25 - 42.

<sup>4</sup> J. Stiglitz, op. cit., p. 23.

<sup>5</sup> Idem, p. 31.

<sup>6</sup> George Soros, Guide critique de la mondialisation, Paris, Plon, 2002, p. 19

<sup>7</sup> J. Stiglitz, Idem, p. 17

<sup>8</sup> idem, p. 17.

<sup>9</sup> Manuel Castells, L'ère de l'information, tome 1, La société en réseau, Traduction française, Paris, Fayard, 1998.

<sup>10</sup> Manuel Castells, idem, p. 25.

tendance de fond qui fait de la reconnaissance de soi et de l'autre un des ressorts importants de la modernité tardive (ou post-coloniale) que nous vivons.

Le Manifeste du réseau européen pour l'après développement (READ)<sup>11</sup>, souligne également l'importance des dimensions imaginaires de la globalisation, il affirme « l'urgence de décoloniser les esprits » pour asseoir une autre mondialisation. Ceci afin de lutter pour une société dans laquelle les valeurs économiques cesseraient d'être centrales ou uniques. L'économie, y lit-on, doit être remise à sa place comme simple moyen de la vie humaine et non comme fin ultime. « Il s'agit d'une véritable décolonisation de notre imaginaire et d'une « déséconomisation » des esprits » que préconise ainsi ce manifeste.<sup>12</sup> (En d'autres termes, une remise en question de la modernité productiviste).

C'est Joseph Schumpeter, l'économiste autrichien, qui utilise cette expression de « destruction créatrice » pour décrire le progrès économique qui caractérise la dynamique capitaliste faite d'innovation incessante et de concurrence<sup>13</sup>. Le capitalisme est une dynamique autotransformatrice à l'œuvre de manière continue<sup>14</sup>: aussi est-il complexe de définir ce phénomène d'une manière satisfaisante, on se contente en général de souligner la logique d'accumulation illimitée comme dénominateur commun de ces divers « capitalismes » observables (financier, industriel, techno scientifique, etc.). Schumpeter préconise même de l'étudier comme une civilisation en soi. Tandis que Weber voit des correspondances entre l'esprit du capitalisme et l'éthique protestante.

Des auteurs estiment que l'histoire du capitalisme correspond en fait à une (simple?) chronique de l'extension de la marchandisation et du développement d'un système de marchés autorégulés. Le seul événement notable dans la modernité se situerait dans l'entre-deux guerres : moment où intervient la « Grande Transformation<sup>15</sup> », à savoir la prise en compte de considérations sociales dans le fonctionnement de l'économie. Karl Polanyi parle de l'avènement du capitalisme en Angleterre comme d'une transformation radicale : les relations sociales se marchandisent, les droits communautaires disparaissent, le salariat apparaît, etc. La Grande Transformation indique le processus inverse, à savoir le retour du social dans l'économie suite à la crise de 1929, et au New Deal aux Etats Unis.

Sommes-nous actuellement dans une post « Grande Transformation » ? (à savoir l'expulsion du social et du sociétal du monde économique et financier). La mondialisation est souvent vécue, ou associée par beaucoup à une destruction sociétale, à un processus régressif de déréglementation sociale : la globalisation financière actuelle annoncerait en quelque sorte un retour vers la période d'avant 1929, c'est donc une remise en cause du lien entre l'économie et le sociétal. La sphère de l'économie irait en s'autonomisant de plus en plus, s'affranchissant ainsi du cadre fermé de l'Etat Nation classique et entrant en conflit avec les autres sphères, (notamment le politique, l'esthétique, etc.) indiquées par Weber. Ceci donne naissance à un conflit entre un polythéisme des valeurs et un monothéisme du marché. (C'est, me semble-t-il, une bonne définition de la surmodernité).

Les valeurs culturelles viennent souvent heurter de front la logique et la valeur mercantiles, elles sont alors considérées comme de « mauvaises habitudes collectives », des archaïsmes, à modifier ou éradiquer tant cela gêne l'essor commercial et financier. La culture, pas les produits dits culturels mais la quête insensée du sens qui caractérise l'humaine condition, devient ainsi un enjeu central. Un espace où se lisent clairement les controverses du moment et les batailles entre « valeurs » et visions du monde : rationalité axiologique et rationalité instrumentale s'opposent et s'unissent, se confondent et se heurtent devant des spectateurs médusés et résignés tant bien que mal au seul rôle de consommateurs passifs des produits, des modèles et des idées.

Les rapports entre politiques publiques « multiculturelles » et la formation « rationnelle » des groupes ethnoculturels, processus dont parle Appadurai, l'internationalisation des normes juridiques, la technicisation des productions artistiques par le médium informatique et la fragmentation du travail

---

<sup>11</sup> voir la revue L'Ecologiste, Défaire le développement, refaire le monde, n° 6, vol. 2, hiver 2001 - 2002.

<sup>12</sup> Cercle F. Partant, Manifeste du Réseau européen pour l'après - développement, Revue du Mauss, Quelle "autre mondialisation", n° 20, 2002, pp. 90 - 98.

<sup>13</sup> Joseph Schumpeter, Capitalisme, Socialisme et Démocratie, Paris, Payot, 1990.

<sup>14</sup> M. Beaud, Capitalisme, logiques sociales et dynamiques transformatrices, in Bernard Chavance et al., Capitalisme et socialisme en perspective, Paris, La Découverte, 1999.

<sup>15</sup> Karl Polanyi, La Grande Transformation, 1957, Paris, Gallimard, 1983.

scientifique illustrent bien ce phénomène wébérien de rationalisation du monde par l'autonomisation des sphères d'activités.<sup>16</sup> (Rationalisation qu'il serait absurde et injustifié de réduire à la seule civilisation dite « occidentale », ou « capitaliste » disait-on jadis).

Cependant, la mondialisation, même si elle mésestime l'espace national, ne peut être assimilée à une simple internationalisation, laquelle respecte les Etats, elle n'est pas un processus univoque dominé par une logique uniquement économique. Si de multiples formes de mondialisation se manifestent (politique, culturelle, commerciale, juridique, scientifique, médiatique notamment), guidées chacune par leurs lois internes, il n'en reste pas moins qu'un décalage important se fait jour entre les représentations politico-juridiques du monde, qui demeurent toujours centrées sur l'espace étatique, et la dynamique globalisée de la rationalisation économique et technique, qui reste l'apanage de grandes entreprises multinationales. Les ruptures entre représentations et dynamiques globalisées de la rationalisation économique et technique donnent naissance à de nouvelles tensions et formes de contestation, conjuguées à des cultures et des identités (ethniques, religieuses, écologistes, sexuelles), qui revendiquent d'autres types de rationalité et un « réenchâtement » (Weber) du monde.

On s'accorde à dire que l'extension du capitalisme, dont la mort a été maintes fois prophétisée, est actuellement inéluctable ; quelques indicateurs le confirment : essor important du commerce international, globalisation financière à partir des années 80, le gigantisme des multinationales (Nike, Sony, Ford, ABB, Vivendi, Daimler-Chrysler, etc.), émergence d'un droit international (Cour de La Haye, ...), métissage culturel ou créolisation par la consommation (Coca, Mc Donald's, Nike...), une information de plus en plus mondialisée (CNN...), une interconnexion croissante des techniques de communication (réseau internet, etc.). Certes, l'internationalisation des échanges est ancienne, on pourrait remonter à l'Empire Romain, en revanche la globalisation financière, et la concentration monopolistique des firmes et des activités économiques sont récentes, on les situe généralement dans les années 1980 en Europe.

Joseph Stiglitz, prix Nobel d'économie, a été l'un des premiers économistes « officiels » à reconnaître les méfaits et les limites de la mondialisation. Il conteste les choix suivis par les institutions financières, le FMI en particulier, aveuglées selon lui par une foi excessive dans les vertus des mécanismes du marché et soumises aux pressions des banques et des gouvernements occidentaux<sup>17</sup>. Il montre que la mondialisation est une épreuve pour certains dans le Sud notamment, et une aubaine pour d'autres.

Stiglitz relève trois grandes « croyances » qui faussent un peu l'action des institutions internationales. Une croyance étroitement financière les empêche de comprendre qu'on ne peut prétendre ramener la stabilité économique au détriment de la stabilité politique, la seconde étant une condition nécessaire de la première. Leur croyance en la supériorité du marché en toute circonstance, ce qui est non fondée en théorie et qui les amène à sous-estimer le rôle de l'État. Leur soumission aux intérêts des pays développés et de leurs milieux d'affaires leur font commettre des injustices au détriment des pays en développement.

En conséquence, la mondialisation se révèle néfaste au développement de nombreux pays, les plus pauvres, contraints de s'ouvrir sans réciprocité aux produits des pays développés, dévastés par des mouvements sauvages de capitaux qu'on leur interdit de contrôler, privés de politiques sociales par les injonctions du FMI.

Stiglitz tente d'expliquer pourquoi l'OMC, le FMI ou la Banque mondiale commettent des erreurs en terme de politique d'incitation au développement. Il voit deux raisons : l'idéologie libérale est en réalité, selon lui, la condensation d'une théorie économique obsolète et mal digérée ; et, seconde raison, les personnels des institutions internationales sont les agents des forces qui dominent ces institutions. Sous une forme très schématique, on retrouve les explications habituelles, une weberienne (la vision du monde) et une autre marxienne (les rapports de force).

Il veut faire changer cette vision du monde erronée selon lui, car non vérifiée scientifiquement, qui oriente l'action des hauts fonctionnaires internationaux. Il reconnaît ainsi la justesse du point de vue de Keynes qui affirmait la puissance temporelle des idées économiques abstraites sur les recettes toutes faites. C'est

---

<sup>16</sup> Max Weber distingue des sphères hétéronomes : des sphères économique, politique, ethnique, esthétique, érotique, intellectuelle et scientifique, auxquelles on pourrait ajouter celle du droit. A l'aide de la méthode idéalotypique, il identifie la logique spécifique qui caractérise chacune des sphères et peut être appelée à guider l'action des individus.

<sup>17</sup> Joseph Stiglitz, La Grande Désillusion : échecs de la mondialisation, Paris : Fayard, 2002.

probablement une des ambitions que s'assigne l'auteur et qu'il préconise comme méthode aux adeptes d'une autre mondialisation. Une forme de résistance épistémologique, en somme.

Quant aux rapports de force, Stiglitz attire avec justesse l'attention sur les modes de sélection des fonctionnaires internationaux, sur les droits de vote, sur les procédures de décision, sur la nécessité de la transparence. Si la domination des pays développés, et des États-Unis en particulier, semble plus éclatante que jamais, il ne s'agit en effet pas d'entités homogènes et les rapports de force internes aux pays développés doivent être pris en compte.

Bien entendu, les firmes touristiques tendent aussi à se concentrer, de grandes firmes commencent à se partager le monopole du secteur. Cela pour dire que le tourisme s'inscrit d'emblée dans ce processus nommé mondialisation, celle-ci, objet d'imprécations ou d'apologies, est souvent appréhendée par la seule dimension économique, la concentration financière, l'uniformisation technique, les nouvelles communications. Avec des réactions plus ou moins organisées de quelques États nations affaiblis dans leurs prérogatives : on a encore en mémoire l'« exception française », à savoir la volonté de soustraire les biens culturels de la logique de la concurrence commerciale afin de garantir un pluralisme culturel et une diversité des langues et des esthétiques - intention louable au départ, mais qui a été à tort transformée ou perçue comme un caprice rétrograde ou un chauvinisme national. La protection de la diversité culturelle a été néanmoins acceptée comme une nécessité et une urgence mondiale.

Notons par exemple la création du Comité de vigilance pour la diversité culturelle en 1997 pour contrer l'Accord multilatéral sur les investissements (AMI, négocié à l'OCDE). Ce Comité rassemble les organisations professionnelles de la culture - cinéma, télévision, spectacle vivant, édition, musique, arts visuels. Il entend défendre la diversité culturelle face aux négociations commerciales internationales.<sup>18</sup> Plus de 35 pays étaient représentés à la dernière réunion au Louvre, en février 2003.

La sauvegarde de la diversité culturelle devient ainsi un thème fédérateur et un motif de solidarité internationale : face à une mondialisation vue comme niveleuse et uniformisante par le bas, se dresse une unité des divergences. Qui veut nous unir nous divise, ce qui nous sépare nous réunit, pourrait-on dire.

En effet, la mondialisation tout en uniformisant, fragmente de plus en plus les sociétés étatiques. La globalisation renvoie de plus en plus à une implosion ethnique ou communautaire des nations et des pays, c'est l'alliance inattendue du local et du global qui s'annonce ainsi par delà les États. Une globalisation vernaculaire (Arjun Appadurai), ou un « ethnisme » global (Georges Corm), s'annoncent comme les nouvelles idéologies mondiales, qui mettraient en péril les notions de laïcité et de citoyenneté. L'implosion de l'État social (État Providence), au motif qu'il faut l'adapter aux exigences de la mondialisation (privatisation des services publics, abaissement des prélèvements obligatoires, etc.), réactualise l'importance des solidarités de proximité (famille, quartier, communauté, etc.). C'est le retour de la « solidarité mécanique » au sens de Durkheim, c'est le règne de la « mêmété », de l'identique, la régression tribale quelquefois qui s'annonce ainsi. (L'appareil économique d'État est ainsi « privatisé en oligarchies, mafias, réseaux personnels et autres nœuds de pouvoir »<sup>19</sup>.)

Vécue et représentée comme une dépossession, une invasion et un déracinement, la globalisation génère un imaginaire de la réassurance, du « holding » : le terroir, le territoire, l'intime, le proximal deviennent des valeurs refuges<sup>20</sup>. L'État social et nourricier périclité, un État sévère et castrateur voit le jour avec ses mesures de restrictions, de tolérance zéro et son profil de prestataire de services au profit des multinationales. Une sorte d'État contremaitre chargé de veiller à la flexibilité, à l'employabilité des individus et à l'attractivité fiscale et salariale des territoires. En tant que fournisseurs, les États se mettent ainsi en concurrence pour attirer les investissements en minimisant les coûts sociaux (taxes, salaires...).

---

<sup>18</sup> Journal Le Monde, 03.02.03, "Jacques Chirac célèbre la diversité culturelle", La France propose l'adoption par l'Unesco, au plus tard en 2005, d'une convention mondiale qui proclamerait l'égalité de toutes les cultures. Elle réaffirme que "les œuvres de l'esprit" doivent être mises à l'écart des négociations commerciales internationales.

<sup>19</sup> Frederick Cooper, Le concept de mondialisation sert-il à quelque chose ? Un point de vue d'historien, in Critique Internationale, n° 10, janvier 2001, pp. 122 - 124 .

<sup>20</sup> Rachid Amirou, Vacances et valeurs de l'intimité, Cahiers de l'IRSA, 5, Montpellier 3, 2001. Et "Imaginaire touristique et sociabilités du voyage", Paris, PUF, 1995.

La mondialisation en actualisant un imaginaire de solidarité « mécanique » (localisme, réseaux, ethnisme, tribalisme...) pose le problème de la « solidarité organique » (Durkheim) de manière irrécusable<sup>21</sup>.

Cette globalisation présente de plus en plus l'allure d'un « grand récit », remplaçant ainsi les grandes théologies marxistes et capitalistes du siècle dernier, lesquelles seraient déjà obsolètes selon les tenants du postmodernisme et de la « fin de l'Histoire ». Elle secrète son propre « imaginaire » de processus de dérégulation « inéluctable », douloureux et réaliste, mais nécessaire pour créer une autre forme de régulation « supérieure » car moderne et assise sur des principes de liberté de consommation et de commerce sans entraves. C'est un « mal nécessaire » - expression qui désigne toujours le tourisme chez ceux qui le dénoncent mais le développent quand même par contrainte économique, tels Cuba, par exemple.

Ce processus suscite des attentes, des craintes et des lectures divergentes : certains célèbrent déjà l'avènement d'un monde nouveau, d'autres redoutent une oppression sans précédent. Bref, il crée une croyance collective que « hors de la Bourse point de salut ». C'est une forme d'intégrisme boursier, ou « d'intégrisme des marchés » selon l'expression d'un grand financier, qui présente en maints aspects une coloration de dogme, si ce n'est de sacralité. (Le CAC 40 faisant office de veau d'or ?).

Autrement dit, ce processus n'est pas exempt de tout imaginaire théologique et millénariste : on peut notamment déceler en filigrane dans ce discours de libération et de salut par le libre échange des vestiges de religiosité, ce qui relativise les thèses du désenchantement du monde, ou les traités sur la disparition du mythe en politique.

## **2. La mondialisation comme prédiction créatrice**

Ce débat sur la globalisation est devenu récurrent à tel point que l'on peut se demander si l'on n'assiste pas à une sorte de « prédication créatrice » pour faire advenir une mondialisation qui n'est pas encore tout à fait un événement historique avéré, et qui reste à créer justement, mais qui se vit et se veut comme incontournable et déjà accomplie. De ce fait, aussi bien la dénonciation que la célébration d'une forme inéluctable de mondialisation participent de cette opération de « self-fulfilling prophecy » (R. K. Merton, W. I. Thomas) visant à rendre réelle et irréfutable une version (ou une théorie dirait Husserl) parmi d'autres du Monde. (Certains ont compris l'enjeu et le dilemme et parlent dorénavant d'alter mondialisation). Nous retrouvons ainsi un principe énoncé par un sociologue américain William I. Thomas qui estime que quand les hommes considèrent certaines situations fausses comme réelles, elles deviennent réelles dans leurs conséquences (Théorème de Thomas).

Alessandro Baricco, un romancier italien estime que la mondialisation n'existe pas<sup>22</sup>. (du moins elle n'existe pas encore comme fait achevé). Elle est un horizon probable. Il considère que la « mondialisation » dont on parle est une gigantesque campagne publicitaire pour un monde à venir. De plus, une définition théorique, unanime et bien fondée de la « mondialisation » n'existe pas. La mondialisation (comme théorie) est plutôt décrite par des exemples pratiques (« Coca-Cola », « le e-commerce », « le dernier film de Spielberg, Madonna, Michael Jordan », etc). Difficile de vérifier la réalité de celle-ci par des chiffres, des cas précis.

La thèse de Baricco est que la mondialisation est une notion floue, à usage surtout médiatique, rhétorique, ou prophétique, il ne s'agit pas encore d'un fait universel. On prédit un monde uniformisé qui n'existe pas mais qui deviendra réalité si tout le monde collabore, en le célébrant ou, c'est là le paradoxe, en le dénonçant. Un monde auquel les gens veulent croire plutôt que de se soucier de le vérifier. Le moteur de la mondialisation, estime Baricco, est le même qui a poussé tout le développement de la civilisation marchande : l'argent. Durant des siècles le développement de l'économie au-delà des frontières nationales a signifié faire la guerre aux fins de donner de nouveaux espaces à l'argent. La nouveauté est que la mondialisation contemporaine (car l'idée impériale n'est pas nouvelle) est un système étudié pour donner de nouveaux espaces à l'argent au moyen de la paix. Ou de la guerre, si l'on se réfère à l'actualité moyen-orientale récente.

L'intervention de l'imagination collective est nécessaire pour créer ce nouveau monde, c'est-à-dire qu'il est nécessaire que tous croient que ce monde existe déjà pour que demain il puisse véritablement advenir. D'où

<sup>21</sup> Rainer Zoll, Le Défi de la solidarité organique. Avons-nous besoin de nouvelles institutions pour préserver la cohésion sociale ?, Sociologie et Sociétés, vol. xxx, n° 2, automne 1998.

<sup>22</sup> Baricco Alessandro, Petit livre sur la globalisation et le monde à venir, Paris, Albin Michel, 2002, 101 p.

la nécessité de la mise en place d'un colossal système publicitaire pro mondialisation. Prophétiser une globalisation suffirait ainsi à la provoquer : « les définitions collectives d'une situation (prophéties et prévisions) font partie intégrante de la situation et affectent ainsi ses développements ultérieurs ». <sup>23</sup> En d'autres termes, c'est bien une prédiction créatrice (*self-fulfilling prophecy*) car elle débute par une définition relativement fautive de la situation, provoquant un comportement collectif nouveau qui rend vraie la conception fautive à l'origine.

La mondialisation renvoie à l'imaginaire et aux représentations collectives. <sup>24</sup> L'imaginaire précède ainsi la réalisation. L'aventure de la New Economy, avec ses promesses de richesse et de facilité pour tous, est analogue à la conquête du Far West; la construction de l'Internet analogue à la construction du chemin de fer allant de la Côte Est à la Côte Ouest des Etats-Unis. La globalisation deviendrait ainsi synonyme de ruée vers le bonheur boursier. La force de cet imaginaire est de marteler que la prospérité économique pour tous ne peut être réalisée que si le libre-échange est généralisé et que les grandes firmes multinationales et les entrepreneurs individuels sont laissés libres de développer leurs talents. En d'autres termes, il faudrait en finir avec ces "archaïsmes" et ces « relais intermédiaires » (Tocqueville) qui obstruent la voie entre le marché et le consommateur, tels l'Etat, les sociabilités, les traditions spirituelles, les cultures, les solidarités familiales, etc.

« Avant l'effondrement des valeurs de haute technologie à la Bourse américaine, les exemples de réussites individuelles, d'enrichissement exceptionnel, des « entrepreneurs » jouant la mode de la « high-tech », façon Silicon Valley, étaient la vitrine remarquable pour « vendre » le nouveau capitalisme ultra-libéral et stigmatiser le capitalisme ancien de type social-démocrate à l'européenne » <sup>25</sup> juge Georges Corm. Les valeurs de consommation sont prégnantes, Mc Donald's, Coca-Cola, la voiture individuelle, le téléphone portable demeurent des signes de modernité très attractifs pour les classes moyennes du Nord comme du Sud, elles incarnent pour beaucoup l'idéal d'un mode de vie commun, partagé par-delà les antagonismes ethniques, politiques, religieux. La globalisation réactive ainsi l'imaginaire de l'Unité par le « doux commerce » (Montesquieu) lequel est censé réduire les conflits et les divergences. C'est la paix par la consommation généralisée. Elle réactive ainsi une sorte de mythe du Cargo, tel qu'en parlaient les ethnologues du début du siècle. On le constate nettement en Europe de l'Est.

L'usage actuel du terme « mondialisation », renvoie à une fusion sémantique de notions telles l'internationalisme, le colonialisme, la modernisation, qu'on a décidé d'additionner et de transformer en aventure collective et épique. Aussi, les exemples que les analystes fournissent quand ils cherchent à définir la mondialisation ne relèvent pas du hasard mais, justement parce qu'ils sont relativement invérifiables ou concrètement non pertinents, ils sont profondément efficaces symboliquement : ils nous suggèrent que la mondialisation est une projection fantastique qui, une fois considérée comme réelle, le deviendra.

Cette globalisation prédictive est en train de se réaliser dans les esprits. Que la mondialisation soit un phénomène irréversible et fatal est devenu désormais un lieu commun, une solide croyance collective, que l'on ne peut discuter. C'est une doxa. Ceux qui disent le contraire sont considérés comme des rêveurs manquant du sens de la réalité.

Les mises en question et les reformulations spatiales et symboliques des identités collectives, provoquées par la « mondialisation » de la culture de la mobilité (déplacements et migrations de populations, des capitaux, d'idées et des entreprises) mettent en exergue le rapport nécessaire entre imaginaire, marchés, et technologie. L'ancrage identitaire n'est plus territorial, il est symbolique et réticulaire. C'est l'appartenance à un réseau qui prime sur l'inscription dans un espace juridico-étatique. Si dans le tourisme la mobilité est d'agrément, elle est choisie, dans la nouvelle organisation économique mondiale, elle est subie, la mobilité est contrainte. Partir ou déperir, s'expatrier ou s'appauvrir. Les communautés d'appartenance et les terroirs deviennent (ou deviendront) virtuels, imaginaires, des horizons de cultures. La diaspora deviendra-t-elle la métaphore d'une humaine condition et fondera-t-elle le destin d'une humanité commune ? Autrement dit, le nomadisme sera-t-il le stade ultime de la globalisation ?

---

<sup>23</sup> Robert K. Merton, *Eléments de théorie et de méthode sociologique*, (1957), Paris, Armand Colin, 1997, p. 139

<sup>24</sup> Zaki Laidi, "Les imaginaires de la mondialisation", *Esprit*, octobre 1998, p. 85 - 98.

<sup>25</sup> Georges Corm, *Orient - Occident, la fracture imaginaire*, Paris, La Découverte, 2002, p. 154.

### 3. Une globalisation vernaculaire

Ce qui semble nouveau est l'apparition de thèses défendant l'idée que la mondialisation concerne en priorité la culture, et cela de manière positive. C'est ce que défend l'anthropologue américain, Arjun Appadurai<sup>26</sup>. La mondialisation serait ainsi avant tout le flux, la circulation : d'informations et de biens, d'images et de messages, de touristes et d'émigrés. C'est la création de « publics », à savoir de minorités, de diasporas, au sein des pays riches. Ces personnes déplacées utilisent les flux d'informations à leur disposition pour créer des « communautés » réticulaires et rester en contact avec toute leur diaspora et le pays d'origine.

« Les moyens de communication électroniques et les migrations de masse s'imposent aujourd'hui comme des forces nouvelles, mais moins sur un plan technique que sur le plan de l'imaginaire », écrit l'anthropologue. Le capitalisme mondial, en stimulant les flux migratoires et médiatiques, arrache ainsi les hommes à leurs terroirs et à leurs traditions, noyant les appartenances locales dans la grande promesse de la modernité technologique universelle. Mais en même temps, grâce au numérique, il permet aux nomades de conserver des liens robustes avec leur culture d'origine. C'est cette évolution contradictoire, suggère Appadurai, qui opère une métamorphose décisive : l'imaginaire individuel et collectif et le travail mental quotidien des gens ordinaires en sont radicalement transformés. Bricolant au service de leurs finalités singulières des éléments venus de partout, chacun, dans l'exil, se fabrique ainsi de nouvelles identités sources de communautés inédites. Le travail de l'imagination collective (ou de l'imaginaire) est ici l'élément clé.

« Telle serait la leçon majeure de la mondialisation : comme il n'y a plus de dehors, et plus d'altérité radicale, les relations de chaque groupe avec son passé, avec lui-même, avec les autres, se réinventent. Cette multiplicité de constructions identitaires rend caduque la représentation d'une culture liée de manière fixe à un lieu et un mode de vie. Le « local » n'est pas un endroit géographiquement défini une fois pour toutes. Dans le monde global, il ne cesse de s'inventer selon des localisations diverses »<sup>27</sup>.

Il estime que loin d'appauvrir l'invention culturelle, d'uniformiser les créations, d'abêtir les peuples, la mondialisation permet des déploiements inédits de l'imagination collective, stimule la fabrication d'identités originales. Car il n'y a « rien de plus international que la formation des identités nationales »<sup>28</sup>

Appadurai le redit explicitement, « la globalisation n'est pas l'histoire d'une homogénéisation culturelle. »<sup>29</sup> En d'autres termes, le processus de mondialisation est plus complexe qu'il n'y paraît : loin d'être une simple imposition d'un modèle, américain en l'occurrence, à l'ensemble de la planète, la globalisation suscite des processus de ré-appropriation, selon l'expression de Zaki Laïdi, des signes associés à la modernité capitaliste selon des stratégies identitaires - ces signes vont fonctionner ou seront mobilisés en fonction des historicités des groupes et des cultures, et en fonction des imaginaires historiquement situés (Castoriadis).

La globalisation n'entraîne pas forcément une adhésion passive des individus à un modèle culturel venu de l'extérieur, elle génère bien au contraire une démultiplication des « publics » capables d'engendrer de nouvelles formes culturelles.

La modernité est définie bien plus comme une « globalisation vernaculaire » que comme une concession aux macro politiques nationales et internationales. Elle renvoie d'un point de vue culturel à deux processus concomitants qui loin de s'opposer se nourrissent mutuellement : mondialisation économique et financière d'une part, et demande de reconnaissance culturelle et réaction identitaire de l'autre. Ce qui se mondialise rapidement, c'est justement cette demande de reconnaissance culturelle émanant de minorités, de cultures visitées par les touristes et de diasporas.

Dans la lignée de Benedict Anderson, mais aussi de Castoriadis, Appadurai insiste sur le fait que les groupes d'exilés dispersés, ou même ces exilés temporaires que sont les touristes, se fabriquent un ancrage, une identité symbolique, indépendamment des pesanteurs du sang, de la terre et du sol.

---

<sup>26</sup> Arjun Appadurai, "Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation" (Modernity at Large Cultural Dimensions of Globalization), Préface de Marc Abélès, traduit de l'anglais par Françoise Bouillot, introduction traduite par Hélène Frappat, Payot, 324 p.

<sup>27</sup> Roger Pol Droit, Le Monde des Livres, 7 décembre 2001

<sup>28</sup> Anne-Marie Thiesse, La création des identités nationales. Europe 18-20ème siècle, Seuil, Paris, 1999, p.11.

<sup>29</sup> Appadurai, idem, p. 40.



La notion de reconnaissance culturelle - notamment dans la rencontre touristique entre citoyens de pays riches et des populations de pays pauvres - semble devenir un enjeu considérable dans le « différend » (ou dans la négociation identitaire) entre hôtes et visiteurs. (C'est le cas notamment quand les visiteurs se rendent dans une ancienne colonie : l'imaginaire de la blessure coloniale demeure chez les uns, et quelquefois une certaine nostalgie colonialiste peut teinter les comportements des autres). Ce différend peut reposer sur des faits objectifs (ex. le colonialisme), ou subjectifs, peu importe, reste qu'il a encore une efficacité psycho-symbolique importante. Le tourisme est alors associé non pas à une industrie de services, mais à une servitude industrielle.

Cette notion de reconnaissance mérite quelques rapides éclaircissements. George Herbert Mead<sup>30</sup>, qui s'inspira de Hegel<sup>31</sup>, ainsi que Charles Taylor<sup>32</sup>, Axel Honneth<sup>33</sup> sont les partisans d'une thèse qui fait de la lutte pour la reconnaissance l'axe directeur d'une construction théorique destinée à expliquer le développement moral de la société. (R. Sainsaulieu a bien reformulé et adapté à sa manière ce paradigme au monde du travail et de l'identité professionnelle).

On pourrait aussi citer Frantz Fanon<sup>34</sup>, qui, en rédigeant son célèbre pamphlet anticolonialiste, cherchait à rendre compte des expériences de l'Afrique noire opprimée en recourant directement à la théorie hégélienne de la reconnaissance. (Honneth, 2000, 191). Bien entendu, Fanon est critique envers le tourisme qu'il assimile à un processus de l'arbinisation et de prostitution de populations pauvres du Sud pour le compte des élites locales ou transnationales. Le contexte colonialiste de l'époque explique l'outrance du propos de Fanon et la gravité de la blessure identitaire que vivaient les colonisés. Cependant, ce texte a marqué, et marque encore les esprits car en soulignant par des catégories morales (offense, humiliation, mépris) les séquelles symboliques du colonialisme, il révèle que le déni de reconnaissance est une forme de violence symbolique intense. (Inutile de dire que le rejet du tourisme puise ses arguments dans ce registre).

L'expérience du « mépris », réel ou imaginé, constitue une atteinte qui déstabilise la personnalité et l'identité des individus et l'image et l'estime qu'ont d'eux-mêmes des groupes ou des cultures. « *La projection d'une image avilissante ou dévalorisante sur l'autre peut réellement dénaturer ou opprimer, dans la mesure où elle est intériorisée.* »<sup>35</sup> Non seulement le féminisme contemporain, mais d'autres groupes ou minorités culturelles deviennent sensibles et vigilants quant à l'image que l'on donne d'eux dans les médias ou ailleurs. Le postulat qui fonde cette attitude consiste à voir en toute image péjorative ou dévalorisante une forme d'oppression et de violence symbolique.

On retrouve ainsi dans l'hypothèse d'une « lutte » culturelle alimentée non pas uniquement par des considérations de divergences d'intérêts touristiques prédéterminés, mais par des sentiments moraux d'injustice. Cette notion de « lutte » signifie ici le « *processus pratique au cours duquel des expériences individuelles de mépris sont interprétées comme des expériences typiques d'un groupe tout entier, de manière à motiver la revendication collective de plus larges relations de reconnaissance* » (Honneth, 2000, 195). C'est à mon sens le noyau symbolique qui fonde l'attrait / répulsion pour le tourisme de la part de la société réceptrice, et tout le débat sur l'impact, la durabilité, le statut, la pertinence sociale, environnementale et la valeur morale du tourisme, notamment international. Cette dimension symbolique est à mon sens la matière première pour fonder toute éthique touristique, et donc pour réfléchir à une pédagogie de le « rencontre » touristique.

C'est toute la réflexion sur ce qu'est un « accueil » touristique, sur la reconnaissance de l'identité professionnelle dans les métiers du tourisme et de l'accueil (au sens large de contact avec les publics) qui est à amorcer et à renouveler en y intégrant ces dimensions psychosociologiques. (J'ai tenté de montrer dans un autre travail que la culture monarchique des palaces, qui déteint encore sur l'univers professionnel du tourisme de haut de gamme, s'oppose à la sensibilité exacerbée et égalitaire de salariés qui refusent un statut dévalorisant de serviteurs et de domestiques).

---

30 Mead, G. H., L'Esprit, le Soi et la Société, trad. J. Cazeneuve, E. Kealin, G. Thibaut, Paris, PUF, 1963.

31 Hegel, G. W. F., Système de la vie éthique, trad. J. Thaminiaux, Paris, Payot, 1976.

32 Taylor, C., Les sources du moi, éditions du Seuil, 1998.. Voir aussi : "Charles Taylor et l'interprétation de l'identité moderne", Guy Laforest et Philippe de Lara, dir., Cerf, 1999.

33 Honneth, A., La lutte pour la reconnaissance, trad. P. Rusch, Paris, Cerf, 2000.

34 Frantz Fanon, Les damnés de la terre, Paris, F. Maspero, 1961.

35 Charles Taylor, « Le malaise de la modernité », les éditions du Cerf, 1999, p. 58.

Si l'on connaît le rôle de l'intersubjectivité dans la genèse sociale de l'identité, on en sait moins sur les négociations identitaires, les enjeux symboliques de définitions de soi et de l'autre, (notamment en terme de « désirabilité sociale » d'un groupe, d'une minorité ou d'une culture donnée) que sous-tendent le voyage et le tourisme.

#### **4. Un malentendu fructueux ?**

D'autres auteurs ont déjà souligné la difficulté de circonscrire la notion de mondialisation, certains estiment que c'est un concept creux : la mondialisation évoquerait un imaginaire millénariste d'une humanité Une et Unifiée. L'unité c'est le bien, la division est le mal comme le désigne le nom même du diable. « C'est [...] l'expression d'une croyance plusieurs fois millénaire [...] qui nous est livrée ici. Cependant elle procède d'une confusion totale entre unification ( mouvement de rapprochement d'éléments jusque-là éloignés géographiquement, socialement, culturellement) et unité (harmonie et concorde entre ces éléments) »<sup>36</sup>.

Les domaines où se manifeste également ce malentendu sont le tourisme et les échanges et transactions internationales : la mondialisation est synonyme de seconde invasion dans certains esprits et même dans certains écrits qui n'hésitent pas à amalgamer le tourisme à une forme d'impérialisme.

En Europe, la globalisation des marchés constitue un élément important de la modernité économique, elle accompagne une européanisation des modes de consommation et une tendance à la constitution d'un groupe restreint de multinationales du tourisme. Un rapport du ministère français du tourisme reste nuancé sur cette tendance des marchés. On y lit que : "L'organisation de l'Europe du Sud encore atomisée est en train de vivre une vaste redistribution des forces. Des regroupements locaux ont lieu mais aussi des mouvements internationaux, initiés par les géants nordistes, avides de trouver des capacités d'accueil dans les grandes destinations de vacances que sont la France, l'Espagne et l'Italie. On peut se demander si les méthodes de production et de vente nord européennes sont transposables en France. Ainsi, la France, par les différentes mesures publiques prises ces dernières années, présente des caractéristiques particulières dans le développement de son offre touristique : rôle des Commissions Départementales d'Équipement Commercial (CDEC) sur les mouvements de concentration dans l'hôtellerie, impact des aides financières publiques, encadrement réglementaire des concentrations, mise en place d'infrastructures de transport majeures (TGV, aéroport de Roissy et ses possibilités d'extension...)." <sup>37</sup>

Les habitudes de consommation des français peuvent constituer un frein, ou une résistance, à la globalisation, même si l'on constate qu'en Europe les modes de consommation tendent à se rapprocher. En France, certains comportements d'achat divergent encore du reste de l'Europe, ils se caractérisent par un aspect affectif, émotionnel, un goût pour les produits culturels.

Le rapport conclut en notant que : « L'heure est à la concentration tous azimuts, y compris sur les marchés les plus structurés. Le spectaculaire chassé-croisé entre Allemands et Britanniques sur le marché du voyages en est le plus récent témoignage. La consolidation du marché européen du tourisme se prolongera probablement dans les deux ou trois années à venir, notamment en raison de la hausse du dollar et du kérosène, plus facile à absorber par les grands groupes. On peut raisonnablement prévoir à moyen terme l'existence de 4 ou 5 grands groupes paneuropéens majeurs et, à côté, différents acteurs régionaux spécialisés. »

Une question demeure, il s'agit de la place du tourisme associatif et social (villages de vacances, camping, hébergement chez l'habitant...) dans la concurrence internationale des produits bon marché. Les alter-mondialistes vont-ils en faire un cheval de bataille pour proposer un tourisme différent ?

Les analyses laissent supposer la constitution de quelques grands pôles touristiques tenus par un petit groupe de producteurs. Le mondial devant coexister avec le local, ou le terroir, certains voyagistes très spécialisés devraient garder quelques "niches".

Les entreprises et les groupes prendront (et prennent déjà) de l'importance, tel Preussag en Allemagne, notamment.

---

<sup>36</sup> Alain de Tolédo, La société mondiale existera-t-elle ?, Revue du Mauss n° 20, p. 242.

<sup>37</sup> Direction du Tourisme, Les mouvements de restructuration des entreprises touristiques françaises dans le contexte international,, rapport, Bureau de la stratégie, Juillet 2001.

Le rapport du ministère signale que tous les grands voyagistes anglais et allemands disposent d'une flotte aérienne conséquente (C & N a 48 appareils, Airtours 44, Thomson 43). Si le transport aérien est aujourd'hui sous contrôle, c'est dans le secteur de l'hôtellerie que vont se faire les futures concentrations.

A cette concentration macro-économique correspond en miroir une implosion microsociologique. Allons-nous vers un même imaginaire, un imaginaire mondialisé et uniformisé ou vers des imaginaires innombrables et idiosyncrasiques ? Nombre d'écrits soulignent la prolifération de « tribus » sociétales (selon l'expression des tenants du « néo-marketing ») ayant leur propre code ou idiomes.

La mondialisation de la communication et de la publicité par exemple incite à aller à des messages « universels » compris par des individus quelles que soient leurs cultures d'appartenance, en utilisant des images et des émotions qui traversent les cultures, les styles de vie, les « tribus », les nationalités<sup>38</sup>. On avait déjà découvert ce phénomène dans le marketing international et la communication interculturelle européenne. (Internet permet de plus en plus ce type de communication).

L'imaginaire (et donc l'imaginaire touristique) peut-il transcender les particularismes locaux ? L'image mentale en dépassant les déterminismes linguistiques, ethniques, religieux, peut nous conduire à l'émotion ressentie par l'individu au-delà de son groupe. Les psychologues l'ont montré depuis longtemps, les images drainent, ou suscitent plus facilement, des affects que l'écrit, ou le discours « rationnel ».

On redécouvre le pouvoir des images, des imaginaires et des émotions, en particulier dans le secteur du voyage et du patrimoine culturel.

Existe-t-il des invariants, des attitudes communes, ne serait-ce qu'au niveau méditerranéen ou européens face à des éléments touristiques : l'eau, la montagne, etc. ?

Il semble que l'histoire sur le long terme influe sur les comportements, il est possible de dégager quelques traits culturels qui perdurent au-delà des époques et des cultures. Les multinationales usent et abusent de cet imaginaire humain qu'elles ont découvert depuis peu.

Ce sont notamment ces dimensions socianthropologiques et symboliques qui méritent un peu plus d'attention de la part des analystes et qui nous donnent quelques indices sur ce que l'on pourrait appeler un imaginaire de la globalisation.

En d'autres termes, les échanges entre cultures ne sont pas seulement utilitaires, ils drainent aussi toute une dimension symbolique de reconnaissance mutuelle. On le voit clairement dans les revendications de « reconnaissance culturelle » de diasporas ou de minorités au sein des sociétés globales, notamment occidentales - mais pas seulement, ce phénomène semble de plus en plus mondial. Est-il un premier indice d'une demande universelle, et donc les prémices d'une société civile mondiale en construction ? L'amorce d'une future « gouvernance » mondiale ? Rien n'empêche de penser que cela en constitue les linéaments.

---

<sup>38</sup> R. Amirou, Patrimoine, terroir et communication touristique, Cahiers Espaces, n° 64, 1999.