



## Études balkaniques

Cahiers Pierre Belon

12 | 2005

Regards croisés sur le patrimoine du Sud-Est européen

---

# Un espace offert au tourisme : représentations de la Yougoslavie dans les guides touristiques imprimés français et yougoslaves au XX<sup>e</sup> siècle

*A Space Offered to Tourism: Yugoslavia's Representations in French and Yugoslav Printed Tourist Guides in 20<sup>th</sup> century*

Igor Tchoukarine

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/etudesbalkaniques/120>  
ISSN : 2102-5525

### Éditeur

Association Pierre Belon

### Édition imprimée

Date de publication : 1 janvier 2005  
Pagination : 221-251  
ISBN : 2-910860-05-1  
ISSN : 1260-2116

### Référence électronique

Igor Tchoukarine, « Un espace offert au tourisme : représentations de la Yougoslavie dans les guides touristiques imprimés français et yougoslaves au XX<sup>e</sup> siècle », *Études balkaniques* [En ligne], 12 | 2005, mis en ligne le 07 avril 2009, consulté le 20 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/etudesbalkaniques/120>

---

Ce document a été généré automatiquement le 20 avril 2019.

Tous droits réservés

---

# *Un espace offert au tourisme : représentations de la Yougoslavie dans les guides touristiques imprimés français et yougoslaves au XX<sup>e</sup> siècle*

*A Space Offered to Tourism: Yugoslavia's Representations in French and Yugoslav Printed Tourist Guides in 20<sup>th</sup> century*

Igor Tchoukarine

---

- 1 L'idée d'étudier l'histoire du tourisme en Yougoslavie<sup>1</sup> peut surprendre. L'instabilité politique, les difficultés socio-économiques persistantes et les conséquences des guerres des années 1990 occupent l'essentiel de l'intérêt médiatique occidental, lorsqu'il se manifeste à propos de l'ex-Yougoslavie. C'est oublier que la Yougoslavie et, en particulier, le littoral adriatique ont accueilli nombre de touristes occidentaux, notamment français, au XX<sup>e</sup> siècle. Graduellement, un « nouvel » intérêt touristique émerge pour ces régions<sup>2</sup> : les statistiques témoignent en effet d'une « redécouverte » de la Croatie par les touristes<sup>3</sup>.
- 2 Cette effervescence suscite chez l'historien des questions sur la mise en interprétation touristique du patrimoine<sup>4</sup> de l'espace yougoslave en France au cours du XX<sup>e</sup> siècle. Comment ce patrimoine a-t-il été vulgarisé, puisque destiné à des fins touristiques, et comment s'est-il adapté à la réalité française ? Il s'agira d'examiner ici l'évolution des représentations de la Yougoslavie dans les guides touristiques imprimés français et yougoslaves de l'entre-deux-guerres à la dislocation de la Yougoslavie socialiste. Vaste interrogation dont les réponses se précisent lorsqu'on s'intéresse aux fonctions des guides concourant à la production d'un espace de représentation du pays. D'autre part, un regard sur la présence du politique et du poids idéologique dans le « langage » des guides imprimés affine l'analyse des représentations qui s'opèrera selon trois thèmes significatifs : 1<sup>o</sup> la nature, la mer et le symbolisme exotique de la région ; 2<sup>o</sup> la mise en

patrimoine des guerres et des luttes en terre yougoslave ; 3<sup>e</sup> la question nationale et la promotion touristique.

- 3 Ceci permettra une certaine lecture de l'histoire du tourisme, de la mobilité croissante et des modes de construction des représentations à l'œuvre. Si la période sélectionnée s'étend, en raison des guides et des brochures étudiés<sup>5</sup>, des années 1920 au tout début des années 1990, l'intervalle entre 1930 et 1950, nonobstant les années de guerre, est révélateur. Il s'agit d'une période intermédiaire dont l'étude éclaire le développement ultérieur du « tourisme de masse », d'autant plus que les changements de régime en Yougoslavie alimentent l'étude des représentations et justifient une approche comparatiste sur une longue période.
- 4 Cet article revient, tout d'abord, sur quelques caractéristiques des guides touristiques imprimés, présente les sources utilisées et situe contextuellement la présence touristique française en Yougoslavie, pour aborder ensuite l'analyse des représentations.

## Guides touristiques imprimés et autres sources : considérations préliminaires

- 5 Les références en matière de guides sont bien connues. Les éditeurs des guides Murray, Baedeker et Hachette, ainsi que les guides Joanne qui deviendront les Guides bleus en 1910, affichent et intègrent dès le XIX<sup>e</sup> siècle les éléments caractéristiques, jusqu'à nos jours d'un guide de voyage, à savoir : le côté utilitaire qui renseigne les touristes sur les moyens de transport, les itinéraires et les coûts associés au voyage ; le côté médiateur qui prépare et conseille le voyageur aux plans culturel et intellectuel ; le côté commercial dont dépendent les multiples éditions<sup>6</sup>. Des critères génériques (considérations pratiques, plan topographique ou alphabétique, itinéraires proposés, caractère portatif) servent à construire le genre<sup>7</sup>. Pour vendre l'objet, nombre d'images fixées par la tradition sont utilisées mais renouvelées selon les circonstances. En d'autres mots, le guide a pour but d'attirer, de renseigner et de rassurer son lectorat et ses utilisateurs<sup>8</sup>. Nous verrons que l'articulation de représentations du patrimoine<sup>9</sup> offert au tourisme en Yougoslavie s'effectue ainsi.
- 6 À partir du dernier tiers du XIX<sup>e</sup> siècle, le guide se diversifie au gré de pratiques et de destinations multipliées. L'aspect littéraire s'estompe et le côté utilitaire se renforce. Le guide cherche à répondre précisément aux nouvelles attentes, conséquences des destinations et des pratiques de prédilection des touristes. Si Laurent Tissot note qu'entre 1780 et 1830, le genre s'affirme, car « guide et récit s'éloignent l'un de l'autre » et que, de 1830 à 1914, le concept du guide de voyage s'élabore, Claire Hancock constate que la différenciation de l'un et de l'autre ne se fait que très progressivement<sup>10</sup>. Le guide incorpore à son écriture des éléments éclectiques<sup>11</sup> et, si les reconnaître peut être facile, les définir ne l'est cependant pas<sup>12</sup>. La combinaison effective entre les descriptions et les itinéraires a été suggérée comme marqueur distinguant un guide d'un récit de voyage<sup>13</sup>, mais cette remarque perd de sa justesse pour nombre de guides récents comme le Guide bleu de 1988<sup>14</sup> qui abandonne sa structure en itinéraires et classe les sites et les renseignements pratiques par ordre alphabétique<sup>15</sup>. Il faudrait plutôt parler d'une hybridation des genres, car les échanges entre récits de voyage et guides touristiques font assimiler ceux-ci à « une version standardisée et systématique » de ceux-là :

Là où le récit de voyage racontait une expérience singulière avec assez de détails pour qu'elle puisse être répétée, le guide [...] offre les éléments d'un voyage virtuel, destiné à être construit avec les éléments proposés, à la fois unique et reproductible à l'infini<sup>16</sup>.

- 7 « L'aspect particulier et expérimental du récit » s'oppose donc à « l'aspect général et instrumental du guide »<sup>17</sup>. Mais tout en étant différents, les deux pratiques se complètent et meublent simultanément l'univers de l'écriture touristique. En tout cas, un certain degré de maturité est atteint au lendemain de la Première Guerre mondiale. Forts de ces acquis, les guides vont en effet consolider au XX<sup>e</sup> siècle leur présence au sein de l'industrie touristique. Les documents utilisés s'inscrivent donc dans un contexte de mise à profit des acquis et des expériences précédentes à l'issue du processus de maturation de 1780-1914.
- 8 En ce qui concerne notre corpus de guides français, notre choix s'est d'abord arrêté sur la collection de référence des Guides bleus. De 1921 à 1988, cette dernière a publié une dizaine de titres portant directement ou indirectement sur la Yougoslavie. La période des trente glorieuses témoigne, sans surprise, d'une production plus variée. La production d'ouvrages touristiques sur la Yougoslavie connaît un boom dans les années 1953-1955<sup>18</sup> et, parallèlement à cette offre élargie, les années 1950 voient la sortie de nouveaux guides pédagogiques comme le guide vert, « écrits spécialement pour de nouveaux touristes, moins cultivés<sup>19</sup> peut-être que leurs prédécesseurs mais emplis d'un profond désir de savoir » selon Bertho-Lavenir<sup>20</sup>. Enfin, nous ajoutons à ces titres celui du Routard et le guide Yougoslavie (1960) de Jean-Marie Domenach et d'Alain Pontault, sans nous interdire d'aller voir ponctuellement dans le Nagel. Nous avons ratissé large, pour inclure dans notre corpus non seulement les documents se désignant explicitement comme guides touristiques, mais aussi ceux qui en possèdent les attributs sans la dénomination<sup>21</sup>. Il y a par exemple l'ouvrage de Doré Ogrizek, *La Yougoslavie* (1955), où, sur plus de 400 pages, sont décrites des localités yougoslaves à grand renfort d'explications d'ordre architectural, historique et anecdotique, de photos et d'aquarelles, sans la moindre proposition d'itinéraire. Se démarquant d'une conception traditionnelle du guide, cet hybride se situe entre un livre d'histoire illustré grand public, un récit de voyage et un guide. Et que dire des ouvrages *La Yougoslavie* (1954) de Suzanne Normand et Jean Acker, *La Yougoslavie inconnue, itinéraires archéologiques* (1967) de Georges Pillement et *Yougoslavie* (1955) de Léonce Peillart ? Ce dernier avertit que son ouvrage n'est pas un guide mais fournit néanmoins renseignements pratiques et prescriptions. Promu ailleurs comme un récit, nous le classons comme un hybride. Quant au livre de Pillement, il propose des itinéraires et des considérations générales sur la Yougoslavie, caractéristiques qui le rapprochent d'un guide proprement dit, mais l'essentiel, comme dans les deux autres cas, est consacré à l'histoire de l'art. Classer les ouvrages utilisés n'est donc pas chose aisée.
- 9 Le cas yougoslave est plus complexe, en ce sens qu'il n'y a pas, à notre connaissance, de collection-étalon comme celle des Guides bleus. Certes, pendant l'entre-deux-guerres, l'agence de voyage Putnik et le bureau central de presse (à partir de 1929) concentrent une partie de la production de guides pour le public étranger. Production qui, après 1945, sera renouvelée par les associations touristiques, les presses touristiques (*Turistička štampa*) mais aussi, à la faveur de la décentralisation de l'État, par plusieurs autres agences et maisons d'édition. L'encyclopédie touristique yougoslave, publiée en 1958, fournit quelques pistes sur la production des guides touristiques : c'est la première fois, aux dires du responsable de ce travail, qu'est établie une bibliographie touristique des

guides, collections, monographies et documents des associations touristiques yougoslaves publiés entre 1945 et 1957. La production de guides et de brochures touristiques concernant soit la Yougoslavie comme telle, soit les républiques de Croatie, de Slovénie ou de Serbie<sup>22</sup> totalise près de 210 documents en serbo-croate ou en slovène et 82 documents en français, en allemand ou en anglais<sup>23</sup>. Nous remarquons au premier chef un volume de production de guides très modeste entre 1945 et 1952. La pratique se distingue, pour la Croatie et la Slovénie, à deux niveaux : elle débute, modestement, dès 1945, et rassemble finalement plus de 40 titres en langues occidentales sur un total de 82. La production de guides en langues étrangères débute en 1952, avec quelques amorces plus précoces en 1951 pour les républiques de Croatie et de Slovénie<sup>24</sup>. Un seul guide, *Guide de Poche « À travers la Yougoslavie »* (1955) de cette production initiale est examiné ici. Malgré un modeste tirage de mille exemplaires, son intérêt réside d'abord dans le choix de certains de ses auteurs<sup>25</sup> et, surtout, dans son caractère pionnier. Il s'agit d'un des premiers « véritables » guides sur la Yougoslavie s'adressant à un public étranger dans cette période d'après-guerre<sup>26</sup>. Les autres guides qui compléteront notre analyse sont, pour l'entre-deux-guerres, le guide *Belgrade* (1936) de l'écrivain Miloš Crnjanski, le document *La Yougoslavie économique* (1935) publié par l'office du commerce extérieur. Pour la période de l'après-guerre, outre celui déjà mentionné, les principaux guides consultés sont les suivants : *Beograd et ses environs* (1974), *Dubrovnik et ses environs* (1979) (6e éd.), *Dalmatie, guide touristique* (1986), *Dubrovnik, Beauté aux mille visages* (1989) (2e éd.), *Dalmatie, Histoire, culture, art, tourisme, beautés naturelles* (1986).

- 10 Bien qu'une certaine hétérogénéité se manifeste dans notre corpus, un dénominateur commun le rassemble : l'objet en est la Yougoslavie, monarchique ou socialiste. La diversité du corpus montre en fait la perméabilité des ouvrages. Les guides, les manuels, les brochures, la presse spécialisée ou non sur le tourisme forment un ensemble et participent à la construction des représentations du territoire. Celles-ci ne sont pas seulement le produit de l'activité touristique (dans le sens où le stéréotype est un mécanisme de communication général) ; elles s'alimentent à d'autres sources. Étudier l'inscription du politique au sein de cette littérature le démontre. D'où l'importance de rapprocher les guides d'autres types d'écrits : chroniques et histoires, journaux, correspondances et romans<sup>27</sup>. Nous nous limiterons ici à certains exemples tirés du récit de voyages de l'écrivain T'Serstevens *L'itinéraire de la Yougoslavie* de 1938, réédité en 1953<sup>28</sup>, de revues yougoslaves officielles éditées en français et aussi, par moments, d'un corpus de cartes postales anciennes de touristes français ayant voyagé en Yougoslavie<sup>29</sup>.
- 11 Ainsi, c'est par le jeu des différences et des conformités que l'on est mieux à même de comprendre l'élaboration du guide, son propos, ses buts, ses publics et sa diffusion, puis d'évaluer les liens établis avec d'autres formes d'écriture. Encore faut-il pouvoir mesurer du semblable. Justement, il y a peu de décalage entre les guides français et yougoslaves, tous construits selon certains critères génériques. Si le contenu et le format des guides yougoslaves divergent parfois, les uns s'alignent tout à fait sur les autres et cette tendance se confirme au cours du XXe siècle<sup>30</sup>. Il règne en effet, dans le domaine de l'édition des guides, une grande uniformité. Nous l'expliquons par l'influence des prédécesseurs du XIXe siècle sur les nouveaux venus provenant ou non des Balkans. Mentionnons-le par exemple : en 1986, la préface d'un guide yougoslave explique que son auteur, Dmtar Čulić, spécialiste connu de l'industrie touristique yougoslave, ait repris une « conception des guides touristiques standards, habituelle aujourd'hui dans le monde lorsqu'il est question de cette sorte de publication »<sup>31</sup>. Cette même année paraît aussi, dû

à peu près à la même équipe de rédaction, un guide intitulé Dalmatie, Histoire, culture, art, tourisme, beautés naturelles. Ces deux guides presque identiques ressemblent, de par leur style conventionnel et la place importante accordée à l'histoire, au Guide bleu. Il y a donc convergence, non seulement entre guides domestiques, mais aussi entre guides européens, d'où l'intérêt de la comparaison.

- 12 Bien sûr, certaines conventions ont été remises en question. En 1974, un an après le premier Routard, le Guide bleu sur la Yougoslavie cherche la nouveauté. Reconnaisant que « la propagande touristique joue sur la variété des paysages et des ambiances », l'on se refuse à utiliser des « clichés ». Le lecteur est plutôt invité à « éprouver, sur le vif, tous ces contrastes » par un voyage à travers la Yougoslavie<sup>32</sup>. Le Guide bleu de 1979 annonce en préface que cette nouvelle édition « a permis de 'rattraper' la Yougoslavie sur le chemin qu'elle a parcouru à travers les années », qu'il se penche non seulement sur les « richesses artistiques et naturelles » mais aussi sur la « vie quotidienne, les particularismes, le folklore »<sup>33</sup>.
- 13 En fait, conscients de la stéréotypie du discours touristique, le Guide bleu et surtout le Routard changent de ton, innovent. Mais ces alternatives sont limitées. Les images véhiculées, le discours sur le patrimoine yougoslave subissent un effet contraignant par l'objet, le guide, dont elles sont issues<sup>34</sup>. De plus, les impératifs commerciaux des guides, comme leurs fonctions, pèsent beaucoup sur leur production. L'écriture du guide évolue à l'intérieur des bornes définies par le « genre » et certaines conventions. La réédition d'un Guide bleu ne peut, en effet, manquer de s'appuyer sur le travail des éditions antérieures<sup>35</sup>. L'auteur d'un guide, ou encore l'auteur d'un récit de voyage<sup>36</sup>, en a lu d'autres. Qu'on soit en présence d'un plagiat flagrant ou d'une simple inspiration, la question de l'influence de l'écriture des prédécesseurs se pose constamment.
- 14 Et, faute de frontière commune entre la France et les Balkans, les intermédiaires ont toujours été nécessaires. Les guides touristiques imprimés sont des médiateurs privilégiés de ces transferts à double sens. Mais l'étranger s'appréhende diversement ; par des voyages, des connaissances spécifiques liées à des disciplines comme l'histoire, les arts, la littérature ou les langues, les ouï-dire et les stéréotypes. Bref, une constellation d'objets forme l'image de la Yougoslavie et des Balkans chez les étrangers. Il en est ainsi des liens spécifiques entre la France et cette région de l'Europe. Évoquer ces questions même brièvement dépasse le cadre d'un article qui ne peut cependant faire abstraction de quelques données à propos des touristes français dans cette région de l'Europe du Sud-est.
- 15 Dans la région, le tourisme français de l'entre-deux-guerres reste un fait minoritaire, essentiellement élitiste. Le tourisme international de l'époque est dominé par les Allemands, les Autrichiens et les Tchécoslovaques<sup>37</sup>. Il est vrai que le nombre de Français jouissant de vacances est faible<sup>38</sup> et que ceux qui en ont –ceci est une constante– privilégient le territoire national<sup>39</sup>. Les événements entourant la Première Guerre mondiale ont cependant engendré des types de voyage spécifiques en Yougoslavie, comme ceux de l'Association des Poilus d'Orient (le premier voyage officiel après 1945 se déroule en 1956), ou encore ceux des milieux diplomatiques, militaires ou culturels français. La reprise, après 1945, du tourisme sur le territoire yougoslave s'oriente jusqu'en 1949 vers l'Europe de l'Est. Les touristes français y vont, mais restent peu nombreux dans l'immédiat après-guerre. À la même époque, la revue du TCF encourage à faire d'abord du tourisme en France et rappelle, à l'été 1946, que le voyage à l'étranger est « pratiquement impossible »<sup>40</sup>. L'expulsion de la Yougoslavie du Kominform en juin 1948

et la réorientation idéologique qui en résultera alimenteront les débats au sein de la gauche française<sup>41</sup>. Or, les échos de la résistance yougoslave, contre Berlin ou Moscou, s'érigent en mythe et retentissent en France grâce à des personnalités sympathisantes de la Yougoslavie comme Jean Cassou, René Cassin<sup>42</sup> et Jean-Marie Domenach, qui, en dépit des accusations du PCF envers la Yougoslavie post-1948, prirent position en sa faveur<sup>43</sup>. Ce début de guerre froide où prime l'idéologie voit plusieurs jeunes Français s'engager bénévolement dans les brigades d'été pour la Yougoslavie. Ajoutons enfin que les rapports culturels et politiques tendus entre les deux pays durant la première décennie de l'après-guerre contrastent avec les relations culturelles bilatérales actives de l'entre-deux-guerres.

- 16 La présence touristique française dans la région s'avère modeste, pour l'ensemble de la guerre froide, avoisinant quelque dizaines de milliers de visiteurs durant les années 1950<sup>44</sup> pour franchir le cap des cent mille en 1962, atteignant quelques 300.000 visiteurs durant la décennie 1970<sup>45</sup> pour passer régulièrement le cap des 400.000 visiteurs durant les années 1980 et baisser légèrement à la fin de la décennie. Si l'on compare avec le tourisme international qui provient principalement de la République fédérale allemande, l'Autriche et l'Italie, les Français représentent pendant la guerre froide de 12 à 4 pour cent – la tendance est à la baisse – des visiteurs étrangers. Il est évident que la Yougoslavie est restée une destination assez marginale pour nombre de Français au cours du XX<sup>e</sup> siècle.
- 17 Le nombre total des touristes étrangers en Yougoslavie, lui, ne cesse, d'augmenter à quelques exceptions près. Il franchit le cap du million en 1961 pour atteindre 5,2 millions en 1971. L'année 1973 connaît un bond avec 6,1 millions, quoique le nombre oscille entre 5,4 et 5,8 millions durant les dernières années de cette décennie. Le cap des 6 millions est atteint puis dépassé durant les années 1980 avec, par exemple, l'année record de 1988 : 9 millions de visiteurs étrangers<sup>46</sup>.
- 18 Ces données servent d'arrière-plan à l'analyse des représentations. Mais encore ? La Yougoslavie n'avait-elle pas, en tant que « nouveau » pays, en 1918 et en 1945, un handicap quand il était question d'expliquer, de populariser le pays à l'étranger ? Le besoin de légitimer le régime en place, que ce soit la dictature du roi Alexandre ou le régime autoritaire de Tito, ne peut être séparé du discours touristique. Et ce désir de légitimation, tantôt politique (nous en parlerons plus loin) ou culturel, se constate dans les guides yougoslaves qui font très souvent référence à des endroits ou à des monuments étrangers lorsque vient le temps de décrire les localités touristiques yougoslaves. Ce procédé est bien sûr courant : un auteur français aura recours à des analogies toutes françaises lorsqu'il décrit la Yougoslavie. Toutefois, le ton imprimé aux ouvrages yougoslaves va au-delà de la simple analogie, car il s'agit alors de se vendre », de montrer que la Yougoslavie peut rivaliser culturellement avec les autres destinations touristiques.
- 19 Le pays, du moins au point de vue touristique, n'était pas perçu comme un bloc, loin s'en faut. De l'industrie touristique, la côte dalmate constituait le poumon. Ainsi, le littoral incarnait la Yougoslavie comme la tour Eiffel ou la côte d'Azur, la France. La Yougoslavie était perçue par beaucoup comme un pays méditerranéen<sup>47</sup>. D'ailleurs, près de 70 pour cent des cartes postales de notre corpus représentent des paysages ou des villes du littoral, Dubrovnik arrivant très largement en tête. Voilà un indice de l'image que les étrangers se forgent et de la circulation de cette représentation de l'espace yougoslave. Le nombre de nuitées des touristes yougoslaves et surtout étrangers sur le littoral le montre très clairement : la césure entre le littoral et l'intérieur est une caractéristique essentielle

du tourisme yougoslave, ce qui n'a pas été sans conséquence aux plans social, politique et symbolique de la Yougoslavie à l'étranger. Outre ces questions qui seront abordées plus loin, le message touristique adressé aux Français s'oriente dans deux grandes directions : allez sur la côte ! (avec les sous-entendus concernant la mer, les stations balnéaires et les croisières) ou allez explorer l'intérieur ! Il va sans dire que la première destination tient le haut du pavé, mais les deux portent la promesse d'un pays différent, culturellement riche et très diversifié, où l'expérience de l'exotisme est possible.

- 20 Ces symboles sont à la fois la cause et l'effet de la présence, pour reprendre une distinction amenée par Jean-Didier Urbain, de deux formes principales de tourisme : un tourisme initial (ou rituel), fait de rites culturels, et un tourisme expérimental, où est réintroduite « l'étrangeté au cœur du quotidien »<sup>48</sup>. Si ces formes sont perméables l'une à l'autre, il reste que le touriste français développe une relation singulière vis-à-vis de la Yougoslavie. Même si celle-ci ne figure pas, au premier abord, comme objet idéal d'exotisme (selon la pensée traditionnelle qui associe Orient et éloignement), d'autres caractéristiques lui en confèrent la marque. Au côté « sauvage », « diversifié », et réservé « aux ethnographes »<sup>49</sup>, tel que le conçoit l'exotisme primitiviste, s'ajoute un « exotisme dans le temps », car la Yougoslavie est souvent présentée dans les guides comme une terre à l'histoire ancienne où l'on retrouve des traces de la naissance du monde<sup>50</sup>. À ceci, se greffent après 1945 la nature socialiste et la position exceptionnelle entre l'Est ou l'Ouest entretenue par la Yougoslavie. Qu'il ait été ou non intéressé par ces facteurs<sup>51</sup>, le fait est que le touriste se dirige vers un pays socialiste, et il le sait. Nous croyons qu'avec le voyage en Yougoslavie, c'est la découverte et l'exotisme qui priment (ce qui n'est pas contradictoire avec la concentration de la fréquentation sur le littoral) et ce, même si la Yougoslavie devient durant la guerre froide une destination touristique de plus en plus connue.
- 21 Il y a certes un effet générationnel. S'il y a peu de chance que les touristes français visitant la Yougoslavie entre les années 1930 et 1950 aient été précédés de leurs parents, la chose est de moins en moins vraie pour ceux qui foulent son territoire dans les années 1960-1980. Parallèlement, la Yougoslavie qui reste, si l'on se fie aux guides, assez méconnue du public durant l'entre-deux-guerres (quoique la propagande en faveur de la Serbie durant le premier conflit mondial ait laissé des traces), comble certains déficits « médiatiques » dans la seconde partie du siècle. Les tout premiers mots de l'introduction de Normand et d'Acker portent sur cette question : « La Yougoslavie est toute proche de nous. Cependant, elle reste peut-être, en Europe, le pays le plus lointain, le plus difficile à explorer et à comprendre »<sup>52</sup>.
- 22 Signalons aussi que les articles sur la Yougoslavie dans la revue du Touring Club de France sont rares durant l'entre-deux-guerres ; les premiers articles qui y sont consacrés après 1945 paraissent dans les années 1960. Un article de 1962 dévoile le paradoxe entre les destinations classiques du littoral et la Yougoslavie profonde, toujours méconnue :
- Rab, les bouches de Kotor, les lacs de Plitvicka (à peu près inconnus il y a dix ans), ou Dubrovnik [...] figurent désormais dans les catalogues des agences de voyages. Toutefois l'originalité du pays est à peine égratignée et les excursions à l'intérieur de la Bosnie et du Monténégro satisferont les plus difficiles amateurs d'exotisme et de folklore<sup>53</sup>.
- 23 Ces représentations de la Yougoslavie, de son patrimoine et de son exotisme ont plusieurs facettes. Trois d'entre elles retiendront notre attention : la mer et l'exotisme, les guerres

et la violence, les objets de patrimoine et la question nationale en Yougoslavie vue par les guides touristiques imprimés.

## Un exotisme de bout du monde : mer, nature et aventures sur les routes yougoslaves, à la rencontre de l'Orient

- 24 Les attraits naturels, la température agréable, les îles et le soleil de la mer adriatique composent l'essentiel de l'invitation touristique. La continuité de ce message nous indique d'emblée la nature des motivations. Les cartes postales de Français le montrent bien : elles sont majoritairement envoyées de destinations situées sur la côte adriatique et il est très souvent question de la mer et du soleil.
- 25 Toutefois, l'objectif des guides français étudiés se veut général, avec une approche « globale » du pays, même si l'importance accordée au littoral demeure évidente<sup>54</sup>. Baignant dans le romantisme, le Guide Bleu de 1937 considère ainsi la côte dalmate : « cette âpreté rocheuse, baignée par un soleil éclatant et battue par l'Adriatique toujours verte, a quelque chose de grandiose et de sauvage qui enchante le voyageur ». Il conclut que les centaines d'îles et de fjords sont « un des attraits les plus décisifs de ce voyage »<sup>55</sup>. Les éditions ultérieures abandonnent le qualificatif romantique « sauvage », mais n'en continuent pas moins de vanter les beautés côtières. « Uniques, diversifiés, riches » sont les mots-clés des guides lorsque vient le temps de décrire les paysages. Du côté yougoslave, on promeut la couleur bleue intense de la mer en disant que « la côte yougoslave joint la grandeur des paysages de Norvège (sic) à la beauté sereine du golfe de Naples »<sup>56</sup>. On parle aussi de « kaléidoscope joyeux et enivrant dont les images se succèdent sous le chaud soleil méditerranéen! »<sup>57</sup>. Cette complexité désirable est, pour tous, un important moyen d'attraction.
- 26 La révolution balnéaire<sup>58</sup>, exprimée entre autres par le changement de pratiques et de lieux –car les mers chaudes sont déjà au goût du jour durant l'entre-deux-guerres– a conféré au littoral et à la mer une valeur curative, puis hédoniste, qui fait rêver. Par la suite, le phénomène du « polynésianisme », cette construction d'une « image emblématique d'un autre monde », n'est pas étranger à la Yougoslavie<sup>59</sup>. Le Club Med y fait sa première expérience l'été 1953 –au Monténégro. Après un voyage éreintant, c'est le choc : « La brutalité montagnaise d'une côte parfaitement sauvage taillant une mer violente à force d'être bleue sous le soleil. Le bout du monde »<sup>60</sup>. La description qui en est donnée montre une opposition récurrente lorsqu'il est question de parler de la Yougoslavie touristique : la beauté époustouflante du paysage s'oppose à des besoins logistiques ou sanitaires criants. L'expérience yougoslave ne sera renouvelée qu'au début des années 1960 et ailleurs, à Pakoštane, sur le littoral croate<sup>61</sup>.
- 27 Que ce soit au niveau ethnique, esthétique ou géographique, la Yougoslavie se décrit comme le pays des contrastes. L'ensemble des guides bleus réitère de diverses façons ce constat des différences qui rassure et attire. On peut lire en 1955 : « il est peu de pays en Europe qui offrent une telle diversité, tant par le brassage des peuples que par les couches civilisatrices que l'on peut y déceler » ; et, en 1979 » y voyager donne « l'impression de parcourir l'Europe »<sup>62</sup>. L'étranger recèle divers niveaux d'altérité : le touriste verra en Bosnie ou en Macédoine un « curieux » contraste annonçant la porte de l'Orient, associé confusément à la religion musulmane, au port du voile, aux marchés, etc. À ces

appréciations se superpose un discours où le « patrimoine culturel » prend sa place, car il s'agit aussi d'expliquer métaphoriquement la position de la Yougoslavie : sise entre l'Orient et l'Occident, elle est un pont ou un carrefour.

- 28 De ce lieu commun, présent dans les guides tant français que yougoslaves, se dégage l'idée qu'il existe en Yougoslavie une césure, une ligne de démarcation entre l'Est et l'Ouest, qu'il y aurait une Yougoslavie « occidentale », voire « centre européenne » et une « orientale », ou « balkanique ». Ce constat, repris dans la littérature scientifique ou journalistique sur la Yougoslavie, est avancé afin d'expliquer les différences de développement socio-économiques. Ce découpage de l'espace, mécanisme commun des systèmes représentatifs, simplifie la compréhension.
- 29 Belgrade, Zagreb, Sarajevo sont tour à tour décrites comme un carrefour entre l'Ouest et l'Est, une symbiose entre le monde latin et slave dans le cas de Dubrovnik. La formule a une grande inertie, quoique la Yougoslavie de Tito, dans son effort de modernisation, écarte pour un bref moment dans l'immédiat après-guerre l'image orientale du pays – mais elle y aura recours de nouveau durant les années 1950, comme l'illustrent les guides sur la Bosnie-Herzégovine et un article de la revue *Les Nouvelles Yougoslaves* se repentant de la destruction volontaire des vieux quartiers de Sarajevo<sup>63</sup>.
- 30 Composante de la propagande touristique, l'Orient indompté attire, car synonyme d'aventure. « Il ne faut pas partir pour la Yougoslavie comme pour la Suisse ou l'Italie. [...] En Slovénie et en Croatie, cela va tout seul. Routes et hôtels sont comme partout. Nous avons rencontré là-bas des Français qui, justement, trouvaient le voyage trop facile »<sup>64</sup>. Dans son album de 1955, Peillard somme les « voyageurs que ne hante pas l'esprit d'aventure » de ne pas aller au-delà de Cetinje<sup>65</sup> et suggère de continuer vers la frontière albanaise « si vous aimez l'aventure avec ses imprévus, ses risques, ses charmes »<sup>66</sup>. Faisant référence à la situation antérieure, Pillement rassure. Il explique qu'en raison des progrès accomplis, le voyage en voiture « n'est plus une aventure et qu'on peut l'entreprendre avec autant de tranquillité que si l'on se rendait en Espagne ou en Italie » ou encore, dans la revue du TCF, que des stations « équipées » et des « hôtels confortables » existent (sur le littoral). Après ce rappel seulement, il énumère les endroits qui apporteront « le plus profond dépaysement »<sup>67</sup>. La note de l'éditeur du guide Nagel résume encore en 1984 cette position ambivalente entre confort, sécurité et aventure :
- On ne visite pas la Yougoslavie, en effet, comme on part pour la Suisse ou la Hollande. Un frisson d'aventure attend l'automobiliste égaré sur les pistes de Macédoine ou dans les forêts sombres du Monténégro. [...] Mais au-delà [de la Slovénie, de la Croatie, des environs de Belgrade, du littoral], c'est déjà un autre monde qui commence, celui des Balkans, plein d'attrance, de magique beauté, de folklore inoubliable : c'est, en un mot, le *dépaysement* total<sup>68</sup>.
- 31 Et à la notion de déplacement spatial se juxtapose celle d'un décalage temporel. Franchir les frontières de l'espace balkanique entraîne l'impression d'un voyage dans le temps : les habitudes, les couleurs et les paysages diffèrent, tandis que la mobilité se réduit. Si le voyage entre la France et la Yougoslavie peut prendre une ou deux journées, la pénétration de la péninsule balkanique en exige beaucoup plus. Ce décalage dans le temps, provoqué ou intensifié par la différence de vitesse de locomotion, a d'ailleurs été raconté par plusieurs auteurs de récits. Une carte postale de juillet 1955 d'une jeune Française l'exprime, possible écho de la propagande idéologique : « C'est de Dubrovnik où je suis arrivée ce matin après 22h de bateau, que je t'envoie cette carte. Je ne pensais pas en partant de Paris, trouver un pays aussi joli, des gens aussi sympathiques et très accueillants pour les Français, et une ambiance de mon camp formidable »<sup>69</sup>.

- 32 Or, ce décalage a des conséquences. Pour Daniel Roche « la mobilité oriente les pratiques, représentations, imaginaires sociaux »<sup>70</sup>. Selon Henry Lefebvre, la réalité des parcours entrepris au sein d'une pratique spatiale (*le perçu*) contribue à la production de l'espace social<sup>71</sup>. La « valeur d'ancienneté » ou « de patrimoine d'ancienneté » clairement attachée à ce qui trouve son origine dans les coutumes ancestrales ou les civilisations passées traduit aussi un apport à la construction des représentations par les enchaînements « des effets d'inertie, de normalisation, de refuge, d'intégration, de fusion »<sup>72</sup>. À d'autres moments, la Yougoslavie est vue comme le reflet d'une certaine image de la France d'autrefois<sup>73</sup>. Guides et récits convergent sur ce constat : aller en Yougoslavie, c'est remonter le temps<sup>74</sup>.
- 33 Une telle impression, affirmée durant l'entre-deux-guerres, revient sur la scène sans changement durant la période post-1945. Cela correspondrait à la « mutation » qui s'opère de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle à la fin des années 1930 dans l'imaginaire et les pratiques de l'aventure étudiés par Venayre, car les « confins de la planète [sont] désormais perçus comme des espaces en voie de disparition »<sup>75</sup>. C'est tout à fait ce que laissent entrevoir des récits de voyage comme ceux d'Andrault ou de T'Serstevens. Ce dernier écrit :
- Ces routes-là sont une des raisons qui me font aimer la Yougoslavie. Elles sont pénibles, [...] mais elles font corps avec le pays et lui conservent tout son caractère. Elles sont une défensive [...] contre l'uniformité de la civilisation. [...] Le tourisme commode, tel que la plupart des gens le conçoivent, n'a pas encore gâté cet admirable pays. Le jour où de belles routes asphaltées couvriront cette terre primitive, c'en sera fini de sa grandeur<sup>76</sup>.
- 34 C'est avec regret qu'on remarque le déclin des traditions : « Plus que tout autre, ils [les costumes féminins] sont malheureusement touchés par les conditions économiques et par la mode »<sup>77</sup>. Un compte rendu de *L'itinéraire de Yougoslavie* constate avec nostalgie la disparition de « tout ce vieux monde » de chansons et de costumes même « s'il en reconnaît la fatalité »<sup>78</sup>. Cette émotion nostalgique est encore présente chez l'auteur en 1955 dans un chapitre sur la Macédoine : « Il est grand temps d'y aller voir. L'industrie qui se développe dans le pays, avec les plans quinquennaux, aura bientôt raison de son art populaire »<sup>79</sup>. Si l'invitation à visiter la Yougoslavie « le plus tôt possible » a un caractère commercial, nous croyons qu'elle reflète aussi une certaine conscience des changements en cours. Parlant de la convivialité régnant à Belgrade à l'époque du prince Miloš, l'écrivain serbe Miloš Crnjanski affirme : « Pendant quelques années encore le voyageur pourra voir de ces vives images dans les petites villes des Balkans »<sup>80</sup>. Les réactions à la modernisation suggèrent que d'aucuns voient dans cette destination un certain exotisme, perception exacerbée en partie par le caractère frontalier entre « l'Orient et l'Occident » prêté à la Yougoslavie, plus particulièrement à la Bosnie.
- 35 En Bosnie, les routes en lacets ne peuvent qu'être pittoresques et les minarets, qu'exhiber le charme oriental, car les portes de l'Orient s'ouvrent, arguent guides et brochures. On y vante les mœurs et les pratiques authentiques qui attendent le touriste. Une brochure de Putnik de l'entre-deux-guerres sait ce qu'il y a de « plus intéressant pour l'étranger » en Bosnie et en Herzégovine : cet « Orient yougoslave », la « couleur locale, dès la première vue excessivement orientale et de tous les points de vue – monuments, architecture, costume et coutumes populaires, en un mot folklore »<sup>81</sup>. Dans un chapitre sur le tourisme, *La Yougoslavie économique* de 1935 avance : « le touriste [...] ne peut nulle part jouir mieux de ce charme oriental que dans les villes de Bosnie où se sont conservés intacts jusqu'à ce jour, les mœurs et les costumes pittoresques de l'Orient ». Vranduk « ressemble à un

décor de film », Sarajevo avec « ses cent mosquées aux sveltes minarets a conservé intact son aspect oriental » et les mosquées turques, les vieux ponts et les jardins du pittoresque Mostar « forment un ensemble qui rappelle les contes des Mille et Une Nuits »<sup>82</sup>. Cette image revient sous la plume de Crnjanski : « Maint touriste étranger cherche encore la ville des contes des mille et une nuits. Le charme oriental des mosquées, les jardins où murmurent des fontaines, les costumes pittoresques (...) tout cela existe en Yougoslavie, dans les villes telles que Sarajevo, Mostar, Travnik, Peć, Prizren, Debar, mais il n'y en a que peu de traces à Belgrade »<sup>83</sup>. Belgrade s'occidentalise depuis l'évacuation progressive des Turcs et Crnjanski relève de cette ville et du pays en général, à l'instar de beaucoup d'autres, leur caractère moderne.

- 36 Et voilà un point où s'opposent les représentations de l'espace touristique yougoslaves élaborées par les Français, d'un côté, et les Yougoslaves, de l'autre. Conversant avec un habitant du pays qui lui parle de la Yougoslavie contemporaine, T'Serstevens explique que ses motivations de voyage ne correspondent pas à celles invoquées par son interlocuteur :

Si votre pays m'est cher c'est parce qu'il a gardé son caractère primitif, sa vigueur paysanne, et non parce qu'il développe son industrie. [...] Ce qui m'attache à la Yougoslavie c'est précisément le contraire de ce que vous en espérez, vous Yougoslave moderne, car je suis un voyageur qui cherche l'imprévu, et en cela je suis comblé. J'ai trouvé chez vous, intact et prodigieusement vivant, tout ce que nous avons perdu chez nous depuis de longues années<sup>84</sup>.

- 37 Si tous ne partagent évidemment pas l'opinion de T'Serstevens, ses explications sont éclairantes. En effet, les guides de voyage français centrent leurs propos sur les monuments, les « choses à voir », les curiosités et non sur les nouvelles réalisations industrielles ou sociales de la Yougoslavie. Les guides ne les passent pas complètement sous silence, mais on comprend rapidement que l'intérêt est ailleurs.
- 38 Si les guides français présentent la Yougoslavie comme un pays où l'on trouvait des traces d'un Moyen Age encore vivant, d'un exotisme oriental, les guides yougoslaves socialistes rompent tout d'abord avec ce modèle et promeuvent avec force le caractère moderne<sup>85</sup> de la Yougoslavie. L'introduction du premier numéro de Yougoslavie, Revue illustrée présente en 1949 le point de vue officiel du moment : La Bosnie ne peut plus être considérée comme une région dans laquelle l'Orient et ses invasions ont laissé des traces profondes, fraîches encore aujourd'hui. Elle n'est plus uniquement « un pays exotique », aux petits villages sales que surplombent de hauts minarets, mais une Bosnie sans « férédja », un pays de fabriques et de combinats géants. [...] tout cela porte en soi de l'abondance qui fera naître une vie nouvelle<sup>86</sup>.
- 39 Cette tendance aux projets grandioses, ce fétichisme pour l'investissement, se remarquent dans les guides yougoslaves. La ville de Zenica fait l'objet d'articles dans les périodiques d'information yougoslaves comme la *Revue de politique mondiale* et *Les Nouvelles Yougoslaves* où l'on soutient qu'elle est « le symbole de la transformation d'une région arriérée en une région de progrès »<sup>87</sup>. Le guide *À travers la Yougoslavie* la présente comme la « Ruhr yougoslave, une ville industrielle moderne », jusqu'à récemment « une petite ville de province en Bosnie, pleine de boue ou de poussière » avec « de vieilles boutiques orientales ». Le guide se veut rassurant et ajoute que « tout cela appartient au passé maintenant. Aujourd'hui, une forêt de cheminées d'usines se dresse à Zenica », gage de l'aspect moderne de la ville et de son pittoresque touristique<sup>88</sup>.

- 40 Intimement liés au développement des relations internationales, modernisation et légitimation du régime sont à l'ordre du jour dans la Yougoslavie de la première décennie post-schisme. Les autorités yougoslaves comprennent rapidement la fonction de la propagande touristique à l'étranger ; elle a « un rôle important pour informer le public international à propos de notre pays, de ses beautés, du développement et du progrès de la construction socialiste [...] et de l'élévation culturelle rapide. C'est pourquoi la propagande à l'étranger [...] doit être d'une meilleure qualité, son contenu doit être pertinent et politique et doit être adapté au goût et aux besoins du public qui est ciblé »<sup>89</sup>. Ces objectifs se traduisent par certaines réalisations, par exemple la création d'un Bureau d'information et de tourisme yougoslave à Paris en 1949, puis d'un Office de tourisme. Le mouvement s'affirme en 1953, année de la fondation des presses touristiques (*Turistička štampa*) et de l'Association touristique yougoslave -agence fédérale occupée à coordonner l'industrie touristique au sein de la fédération et sa promotion à l'étranger. L'élan est donné.
- 41 Quelques décennies plus tard, on affirme toujours du côté yougoslave que la promotion touristique doit « avoir encore plus d'impact concernant la présentation de la Yougoslavie aux touristes étrangers, car il n'est pas seulement question d'effets commerciaux, mais de la présentation de toutes nos valeurs et de nos réalisations dans le développement de l'après-guerre »<sup>90</sup>. Ce genre de discours orienté témoigne d'une dilution du poids idéologique du communisme qui laisse une trace indélébile, mais fugace.
- 42 Cette rhétorique de la modernisation s'appuie sur certains résultats tangibles : le développement social du pays illustré, entre autres, par les congés payés annuels et le tourisme domestique. La presse yougoslave « commentait avec fierté » les vacances d'été accessibles pour un nombre toujours grandissant de Yougoslaves et les considérait « comme un bien caractéristique du socialisme »<sup>91</sup>. Toutes ces manifestations s'inscrivent dans le développement de l'historiographie yougoslave de l'époque, intéressée à la reconnaissance du pouvoir révolutionnaire issu de la guerre et de la rupture entre la Yougoslavie et les autres États socialistes. En ce sens, les tentatives de justification de la promotion touristique pour légitimer les directions politiques et économiques convergent et mettent en scène une Yougoslavie « socialiste, démocratique » et par la suite « non-alignée ». À ce propos Djilas explique que le magazine *Life* avait présenté en 1949 Tito dans ses salons à la manière d'un dictateur sud-américain. Ce que la direction yougoslave ne pouvait accepter. « À l'époque, la Yougoslavie jouissait d'un prestige accru en raison de sa résistance à l'hégémonie soviétique et il importait qu'elle soit présentée, à la différence de l'Union soviétique, sous un éclairage démocratique »<sup>92</sup>. Cette volonté d'enjoindre aux étrangers visitant la Yougoslavie de dire « la vérité » (comme Humbert le mentionne dans son récit) est typique de cette période très marquée idéologiquement.
- 43 Étudier comment les conflits et la présence française dans la région sont interprétés garde toute sa pertinence. Le passé tumultueux des Balkans devient, en s'articulant selon les fonctions des guides, objet de tourisme.

## Un patrimoine guerrier ? quand la guerre devient patrimoine

- 44 Les guides yougoslaves ne manquent pas de mentionner les « ravages » causés par les conquérants étrangers dans le pays. Un chapitre sur l'héritage culturel du guide À travers la Yougoslavie débute de façon équivoque :

Depuis très longtemps, l'humanité ne connaît d'une partie de l'Europe que flammes et fumées provoquées par la guerre. Depuis le XIV<sup>e</sup> siècle [les Ottomans franchissent les Dardanelles au milieu du 14<sup>e</sup> siècle et la bataille de Kosovo se déroule en 1389], on n'a entendu, montant de ces régions, que des cris d'insurgés, des lamentations de victimes, et le sol de la Yougoslavie, embrasé d'une façon permanente, est resté un des principaux foyers de lutte<sup>93</sup>.

- 45 Mais l'auteur d'enchaîner : ces luttes ont permis la conservation et la prise de conscience du patrimoine national. Luttés et résistances s'érigent donc en monuments dont le visiteur devra prendre conscience. La préface du Guide bleu de 1955 suit une logique similaire en affirmant que les témoignages laissés par les conquérants « constituent maintenant l'un des éléments du tourisme en Yougoslavie ». Et de poursuivre : « Destin tragique que celui de ces peuples tant de fois conquis et toujours insoumis, et qui, au cours de la dernière guerre encore, ont su montrer un attachement à la liberté qui les rend très proches des Français »<sup>94</sup>. Ailleurs, une brochure décrit Belgrade comme « une ville au passé tourmenté et glorieux », « connue pour ses aspirations à la liberté et pour ses traditions révolutionnaires » et « qui a connu de nombreux malheurs et de grandes destructions »<sup>95</sup>. Le Guide du Routard admet d'emblée à son propos : « Mais que voulez-vous, aucune ville au monde ne peut se vanter d'avoir été détruite plus d'une dizaine de fois »<sup>96</sup>. Dans un même ordre d'idées, les guides yougoslaves, qu'ils parlent de la Yougoslavie en général, de Dubrovnik ou de Belgrade en particulier, font l'apologie de la résistance des peuples yougoslaves transposée, dans une aspiration commune à la liberté – mot dont la récurrence frappe – et dans d'implacables luttes. Voilà qui devient objet de fierté, objet de patrimoine offert au tourisme. Car, note Lefebvre, les espaces « sacralisés par la violence tirent du sacrifice ou du meurtre, de la guerre ou de la terreur, leurs prestiges »<sup>97</sup>. Domenach lance, dans son guide, un avertissement : « touriste, tu marches sur l'histoire ». Il invite le touriste à ne pas oublier « la lutte des hommes contre les hommes » pour saisir cette Yougoslavie. La difficulté du voyage est « qu'il doit se faire à la fois dans le passé et dans l'avenir, d'une histoire incroyablement embrouillée à une utopie [...] et ceci impose des « réintégrations espace-temps »<sup>98</sup>. Si cette approche diffère sensiblement de celle d'un T'Serstevens, elle évoque malgré tout le voyage en Yougoslavie comme porteur d'un « exotisme dans le temps ».

- 46 Qu'une image de violence soit assimilée aux Balkans n'est plus à démontrer. Cristallisée lors des guerres balkaniques et de la Première Guerre mondiale, cette image traverse, encore aujourd'hui, la documentation sur l'Europe du Sud-Est. Le grand crime de la région, son « péché originel », est l'assassinat de l'archiduc François-Ferdinand. L'événement a laissé une trace indélébile dans tous les rapports, toutes les observations sur les Balkans<sup>99</sup>. Mais cette histoire « violente » devient objet d'attraction, produit commercial qui excite l'imaginaire du touriste : « ce pays s'est forgé dans le sang et les guerres, dans un combat perpétuel pour l'indépendance et la liberté. [...] Et c'est cette

contradiction entre le sourire d'un pays et la violence de son histoire qui vous fascinera le plus »<sup>100</sup>.

- 47 Sans tomber dans un déterminisme naïf et attribuer un caractère violent aux Yougoslaves, les guides français demeurent sans ambiguïté quant à la dimension sanglante d'une histoire présentée de façon très fragmentaire, ponctuée de sauts temporels. Un portrait étourdissant –on va des Celtes aux Allemands en passant par les Goths et les Byzantins– contribue, à l'instar des récits des voyageurs étrangers dans le sud-est européen, » à donner une vision d'ensemble »<sup>101</sup> qui permet d'aborder le temps présent. Dans sa description historique de treize lignes sur Skopje, le Guide Bleu de 1937 établit, premièrement, l'origine de la ville « fort ancienne ». On saute des Illyriens, à Byzance, aux Serbes et au Tzar Dušan, pour constater que la ville « tombée aux mains des Turcs après la bataille de Kosovo [...] n'en fut délivrée qu'en 1912<sup>102</sup> à la bataille de Kumanovo ». On poursuit avec le « raid célèbre » de la cavalerie française qui s'empara de Skopje en 1918, acculant ainsi les troupes bulgares à la capitulation. Les détails des opérations militaires se multiplient. Le traitement est franchement inégal. En quelques lignes, on trace l'histoire de Skopje à travers deux millénaires pour ensuite s'attarder sur le numéro des régiments des Chasseurs d'Afrique, la présence d'un régiment de Spahis marocains et le nombre d'hommes de la XI<sup>e</sup> armée bulgare-allemande<sup>103</sup>. À l'instar du Guide Joanne, qui offre une histoire « exclusivement militaire, politique, et biographique et surtout artistique »<sup>104</sup>, les Guide bleus sur la Yougoslavie campent dans la tradition. Leur politique éditoriale conservatrice se double d'un intérêt pour tout ce qui concerne l'histoire de France. Il est vrai, la présence de certains référents historiques, connus du public français, est plus à même de le captiver.
- 48 L'interprétation de l'histoire des provinces Illyriennes est ici révélatrice. Sans surprise, les rappels à ce sujet sont plus fréquents dans les ouvrages français, mais ce qui les démarque c'est l'interprétation souvent positive qui en est faite. À un extrême, le Guide Joanne de 1888 affirme que « l'occupation française n'a laissé, dans ce pays, que de bons souvenirs »<sup>105</sup>. Une gradation se remarque néanmoins. Pour le guide de 1937, la création des Provinces Illyriennes est une « œuvre civilisatrice »<sup>106</sup>. La route construite par les armées de Napoléon et les monuments de cette époque, comme celui de la colonne napoléonienne à Ljubljana, sont inmanquablement mentionnés dans le Guide Bleu ou le Guide Nagel. Les descriptions de chaque localité sont ainsi augmentées. Le Guide Berlitz se montre beaucoup plus réservé, car « la conquête de la Dalmatie par Napoléon constitue sans doute l'un des éléments les plus tragiques de l'histoire yougoslave »<sup>107</sup>. Les guides yougoslaves décrivent en termes péjoratifs l'aventure napoléonienne en Dalmatie. C'est avec « la marche funèbre »<sup>108</sup> des soldats français du général Marmont que « s'éteint la liberté pour toujours »<sup>109</sup>, mais certains points positifs, tels que la construction de routes, sont mentionnés ailleurs<sup>110</sup>. Si les guides yougoslaves de l'époque socialiste font alterner les positions, la marque du politique se dessine plus concrètement dans le contexte de l'entre-deux-guerres. Une brochure publiée à Ljubljana<sup>111</sup> consacre par exemple l'année 1918 comme celle qui donna à la nation des Slovènes « sa liberté et l'union yougoslave ». On y ajoute que Ljubljana, « ensoleillée par la liberté tant chérie, salue surtout ses amis de France, de cette France glorieuse qui fut notre protectrice au temps de l'Illyrie, pendant la guerre mondiale, et qui est notre amie et alliée aujourd'hui et pour toujours »<sup>112</sup>.
- 49 S'adaptant à la conjoncture, à des convictions affirmées ou non, certains mécanismes régissant les espaces de représentations sont à l'œuvre. Le guide *Zagreb et ses environs* de 1987 reprend intégralement l'édition de 1975 à l'exception d'un chapitre intitulé *Le Zagreb*

*révolutionnaire* où l'on faisait l'éloge des partisans. Ce choix sélectif illustre non seulement les sauts temporels du genre, mais aussi l'effacement graduel du mythe des partisans au profit de sujets plus neutres ou plus « républicains » et montre en quoi l'interprétation du patrimoine, de surcroît lorsqu'il est récent, est versatile.

- 50 Ces derniers exemples illustrent les rapports pas toujours évidents, mais rarement inexistant, entre tourisme et politique. Une autre question, hautement débattue, la question nationale en Yougoslavie, se manifeste dans les guides touristiques.

## Vous avez dit Yougoslaves ?

- 51 Le sempiternel débat de la question nationale, quelle place et quel statut chaque peuple devrait-il avoir dans l'État yougoslave, fait évidemment surface dans les guides touristiques. La littérature diffusée par les réseaux officiels yougoslaves des années 1930 défend à l'unanimité le concept du yougoslavisme intégral. Dans son guide<sup>113</sup>, Crnjanski va même jusqu'à justifier le présent par les souffrances communes qu'ont connues les Serbes, les Croates et les Slovènes ; il parle du Moyen Âge en utilisant la triple dénomination serbe-croate-slovène contemporaine de son époque.
- 52 C'est un truisme d'affirmer que l'histoire a été de tous temps instrumentalisée et exploitée par les régimes politiques. Les autorités yougoslaves, monarchistes ou socialistes, ont évidemment privilégié telle ou telle version historique et, par extension, une certaine vision d'un patrimoine « commun ». L'historien Ljubodrag Dimić souligne que les cercles gouvernementaux de l'entre-deux-guerres entrevoyaient l'établissement du yougoslavisme comme allant de pair avec l'existence d'une identité historique commune<sup>114</sup>. En l'absence de celle-ci, morcelée par les divergences des interprétations et des intérêts politiques d'alors, apparaissait la difficulté d'écrire une histoire de la Yougoslavie, plus encore une histoire abrégée comme celle des guides touristiques. Par conséquent, l'utilisation de la triple dénomination en référence au Moyen Âge se comprend. Panić-Surep adopte une démarche similaire d'identification historique lorsqu'il parle de « l'essor culturel atteint par les Yougoslaves au cours du Moyen Âge »<sup>115</sup>. Il est vrai que le guide À travers la Yougoslavie se fait le porte-parole de la vulgate en vigueur (la Yougoslavie démocratique et socialiste est une communauté de peuples frères égaux en droits) et que l'idée d'une identité yougoslave socialiste commune n'avait pas été encore émuée au moment de sa publication en 1955. Or, « parler de patrimoine c'est aussi parler de politique »<sup>116</sup>. Le sociologue John B. Allcock explique que le folklore est habituellement présenté aux touristes comme national<sup>117</sup> en dépit de son caractère souvent très local. Dans le même article, Allcock donne aussi l'exemple de l'interprétation historique offerte aux touristes de l'église située près d'Ohrid (aujourd'hui en ruine) dédiée à Saint-Panteleïmon et où aurait été enterré saint Clément. Le site est décrit aux touristes comme celui d'une église chrétienne alors qu'une mosquée s'y dressait au XV<sup>e</sup> siècle. Mais, fait intéressant pour notre problématique : les autorités touristiques aident, avec l'accent mis sur saint Clément et son rôle dans la conversion des Slaves, à soutenir « l'affirmation de la continuité historique d'une culture macédonienne slave distincte »<sup>118</sup>.
- 53 Ces exemples illustrent la difficulté pour le Français non spécialisé d'interpréter l'histoire des Slaves du Sud et, de surcroît, de reconnaître les différences ethniques dans ces régions. Il était souvent plus facile de les désigner comme « Yougoslaves », terme pas tout à fait déplacé car désignant l'appartenance à l'État, c'est-à-dire la citoyenneté, mais inexact quant à la nationalité, exprimée, elle, comme serbe, croate, musulmane, etc. Paul

Garde explique cette « compréhension », en France, par des traditions centralisatrices où l'application même de la notion d'une conception ethnique de la nation est difficilement concevable<sup>119</sup>. De plus, l'utilisation simultanée d'expressions comme « le peuple » ou « les peuples yougoslaves » au sein de plusieurs guides n'aide pas à clarifier les choses.

- 54 L'histoire présentée dans les guides se distingue par son aspect positiviste, un développement linéaire vers le mieux-être<sup>120</sup>. L'union politique des Slaves du Sud est présentée dans les Guides bleus comme un événement graduel, inévitable et positif. La partie introductive sur l'histoire conclut : « Cherchant sa voie dans une expérience politique nouvelle, la Yougoslavie espère coordonner enfin les grandes énergies de ses peuples, jusqu'ici héroïquement dépensées en luttes continues, et réaliser ainsi son destin séculaire d'État des Slaves du Sud »<sup>121</sup>. Ailleurs, l'union des peuples yougoslaves est vue comme une preuve de « maturité politique »<sup>122</sup>. Le Routard, s'il ne sanctionne aucun état de fait plus qu'un autre, ne contribue pas à éclaircir la situation et remanie une formule connue : « La Yougoslavie, c'est un sacré mélange : cinq peuples distincts dans six républiques, avec deux alphabets, quatre langues et trois religions »<sup>123</sup>. Ceci dit, nous pouvons comprendre que les publics occidentaux ont certes pu croire à l'existence de « la » nation yougoslave, mais rien n'a jamais été simple et univoque.

## Conclusion

- 55 Tout examen des représentations de la Yougoslavie, même limité aux guides touristiques imprimés, est téméraire. Mais l'analyse des représentations est une approche féconde pour l'histoire des temps libres et des loisirs<sup>124</sup>. Et elle s'avère tout à fait appropriée à nos sources, car « si une histoire est possible à partir des guides n'est-ce pas celle des modes de constructions et d'enchaînement des images et des représentations ? »<sup>125</sup> La tâche est néanmoins énorme et la route y menant peut sembler sans fin, au mieux, pleine de détours, dont certains passages descriptifs inhérents à un vaste sujet.<sup>126</sup> Ceci étant dit, il se dégage une certaine généalogie des représentations de la Yougoslavie. La question de l'écho réel sur un public ciblé : les touristes français et, par extension, les Français en général, surgit, mais nous refusons d'y répondre. Préjuger de ce que les masses anonymes ou le touriste isolé aient pu penser ou ressentir au sujet de la Yougoslavie est, faut-il le mentionner, impossible. Reste que les aspects dégagés quant à la circulation des images de l'espace yougoslave fournissent un champ des possibles pour appréhender l'imaginaire touristique.
- 56 Le recoupement des représentations et des interprétations du patrimoine yougoslave au sein des sources utilisées indique que des « modèles de représentation » de la Yougoslavie ont circulé dans les domaines touristique, culturel et politique et auraient, par inertie, pesé sur la formation de l'imaginaire français. Reconnaisant que les écrits, « limités dans leur jeu d'images, leurs présupposés et leurs intentions »<sup>127</sup>, subissent les influences des traditions culturelles et le poids des circonstances intérieures ou internationales, nous observons néanmoins d'importantes différences entre le ton très personnel de Domenach, celui du Guide bleu ou du Guide du Routard. De plus, les guides français se distinguent de plusieurs guides ou revues yougoslaves qui tranchent par leur aspect officiel. N'oublions pas que les guides et les revues yougoslaves parlent d'un espace domestique et ce, dans un contexte autoritaire qui traverse la réalité yougoslave aussi bien avant qu'après la Deuxième Guerre mondiale. S'interroger sur les buts de ces ouvrages aide à saisir les mécanismes de représentation en place et à mieux les départager. Des revues telles que

*Yougoslavie, Revue illustrée* ou *Les Nouvelles Yougoslaves* ne se consacrent pas exclusivement au tourisme et les fonctions identifiées des guides ne s'y retrouvent pas dans leur expression la plus complète. Ces documents restent toutefois une vitrine pour le touriste étranger, comme en témoignent les rubriques « tourisme » dans *Les Nouvelles Yougoslaves*. Les ouvrages analysés sont, chacun à leur façon, une « invitation au voyage » qui se décline par une série d'images et de stéréotypes au gré des fonctions des guides touristiques imprimés.

- 57 En premier lieu, la promotion intense des beautés naturelles, du soleil, de la mer et du climat agréable forment l'essentiel de l'invitation. Or il est incontestable que c'est avant tout le littoral qui attire : cela traduit une des motivations premières des touristes. Le côté sauvage, intact et unique de la nature yougoslave devient un argument permanent du discours des guides. Les variations des paysages et les contrastes à tout point de vue du pays sont aussi un thème récurrent dans l'ensemble des sources étudiées. Et de là on passe facilement à l'image d'une Yougoslavie à cheval entre deux mondes, l'occidental et l'oriental. Si les valeurs et les acquis du premier sont évidemment reconnus et souhaitables, c'est toutefois l'ambiance suscitée par « l'Orient » qui attise l'imaginaire touristique. L'aventure est explicitement évoquée. Celle-ci se cristallise autour de la diversité et de la nouveauté des choses à voir, soit les routes pénibles et reculées qu'il faudra emprunter soit l'inconnue, impondérable des voyages qui colle fort bien à l'image que l'on donne de la Yougoslavie. D'ailleurs la Yougoslavie reste pour l'ensemble du public français un pays méconnu, attirant et repoussant à la fois. S'il est vrai que le modèle socialiste yougoslave<sup>128</sup> n'est pas un facteur motivant le voyage en soi, cela ne signifie pas qu'il n'est pas un objet de questionnement et de curiosité. Un espace de découverte s'ouvre. Ces éléments participent directement au caractère « exotique » que prend un voyage dans la région. En outre, le caractère « violent » attribué aux Balkans n'est pas étranger à l'attrait exercé par la Yougoslavie. Le patrimoine historique de la Yougoslavie fait l'objet d'interprétations différentes. Les guides français, pour ne donner qu'un exemple, font une place prépondérante au rôle de la France dans le premier conflit mondial et à l'interlude napoléonien des Provinces illyriennes, habituellement traité d'une manière positive. On décrit une Yougoslavie susceptible d'intéresser son lectorat.
- 58 Cependant, le discours touristique ne peut ignorer certains objets de patrimoine tels que les monastères de Serbie ou la ville de Dubrovnik. Peu importe le régime ou la direction éditoriale du guide, ces monuments seront avantageusement présentés, ce qui suggère une certaine autonomie du tourisme face au politique dans la formation de l'espace de représentation. Il n'en va pas de même pour le « patrimoine intentionnel » commémorant un « moment précis » ou une certaine conception idéologique. Chaque régime yougoslave fait effectivement la promotion, à travers la propagande touristique, de l'idéologie qui le sous-tend. L'image « orientale » de la Yougoslavie, promue à souhait pendant l'entre-deux-guerres, perd de son lustre au début de la guerre froide devant la volonté de démontrer le caractère moderne de la Yougoslavie. Le régime monarchique défend l'existence de la nation yougoslave, tandis que le régime titiste se bâtit sur le caractère multinational de la fédération. La guerre de libération nationale devient une composante essentielle de l'élaboration d'une histoire voulue, dans les premières années de la fédération, « pan-yougoslave ». Mais les guides se font l'écho, en regard des changements internes de la Yougoslavie de Tito, de l'érosion de l'homogénéité associée à ce type d'histoire. Les systèmes de représentation mis en place servent donc des mobiles touristiques, politiques et, surtout, économiques, car on cherche à améliorer la balance

des paiements et à légitimer le régime – une constante pour la Yougoslavie, monarchique ou socialiste. Tout au cours du XX<sup>e</sup> siècle, la Yougoslavie s’affiche d’ailleurs comme une destination bon marché.

- 59 L’ouverture de la Yougoslavie au tourisme international (constatée, entre autres, par la production de guides touristiques imprimés yougoslaves qui décolle en 1952-1953) se motive par un certain pragmatisme et s’inscrit dans une conjoncture particulière (aide économique américaine et occidentale, Pacte balkanique de 1954 avec la Grèce et la Turquie). Mais elle travaille aussi à singulariser la Yougoslavie. À la suite du schisme de 1948, refusant l’isolationnisme, le pays cherche un difficile et paradoxal équilibre entre les blocs. Il se redéfinit en adoptant l’autogestion, en cherchant une voie originale et en se voulant un « modèle » d’État socialiste (et ce, au moment même où une guerre « idéologique » se déroule avec les démocraties populaires). La Yougoslavie de Tito ne pouvait restée isolée, le développement touristique représentait la modernité et la porte sur le monde. Ses frontières perméables au tourisme international le démontrent.
- 60 Ce développement touristique n’est pas apparu brusquement, sans références, même inavouées, à la croissance du tourisme durant l’entre-deux-guerres. Il existe, en dépit de certaines différences dans les manières de représenter la Yougoslavie, d’importantes continuités non seulement dans le discours, mais aussi dans les pratiques et les lieux offerts au tourisme. L’intervalle de l’entre-deux-guerres et plus précisément des années 1930 aux années 1950 se comprend, en dépit de l’interlude 1945-1949 qui est un moment d’apprentissage et de réorganisation où les efforts se tournent expressément vers l’Europe centrale ou de l’Est, comme une période intermédiaire dans le développement du tourisme en Yougoslavie et en Europe. Entre le début du tourisme moderne du XIX<sup>e</sup> siècle qui reste fondamentalement élitiste et celui du tourisme de masse des années 1960, cette étape prélude à un changement radical dans la façon de pratiquer et la manière d’appréhender le tourisme.
- 61 Si l’examen des représentations de la Yougoslavie montre comment le patrimoine culturel de ce pays a été vulgarisé dans la littérature touristique, la formidable expansion du tourisme au XX<sup>e</sup> siècle et celle, concomitante, des loisirs, n’en appartient pas moins au patrimoine des Français comme l’ont souligné Rioux et Sirinelli<sup>129</sup>. En ce sens, le patrimoine se dédouble : il est présenté aux étrangers visitant la Yougoslavie au cours du siècle mais aussi, avec l’expansion du tourisme, il concerne le développement de pratiques, d’acquis sociaux, qui ont amené et amènent les Français à passer leurs vacances à l’étranger, dans notre cas, en Yougoslavie et dans les pays qui lui ont succédé.

---

## BIBLIOGRAPHIE

## Brochures, guides touristiques imprimés, revues et récits francophones

- Les Guides Bleus, Europe centrale, 2<sup>e</sup> volume (Tchécoslovaquie, Hongrie, Yougoslavie)*, Paris, 1937.
- Yougoslavie, *Les Guides Bleus*, Paris, 1955, 1964 (1959), 1973 (1970), 1974, 1979, 1988.
- Le Guide du Routard Grèce*, Yougoslavie, 1983/84. Paris, 1983.
- Le Guide du Routard Yougoslavie 1991/1992.*, Paris, 1991.
- Revue du Touring-Club de France*
- Yougoslavie, Les Guides Nagel*, Genève/Paris/New-York/Karlsruhe, 1954.
- Yougoslavie, Nagel, Encyclopédie de voyage*, Genève/Paris/Munich, 1984.
- Andrault R., *Virage autour du minaret, carnet de route de trois gais campeurs en vieille Serbie*, Paris, 1945 (2e ed.).
- Domenach J.-M. et Pontault A., *Yougoslavie*, Paris, 1960.
- Humbert A., *Vu et entendu en Yougoslavie*, Paris, 1950.
- Normand S. et Acker J., *La Yougoslavie*, Paris, 1954.
- Ogrizek D., (éd.), *La Yougoslavie*, Paris, 1955.
- Peillard L., *Yougoslavie, Les Albums des Guides Bleus*, Paris, 1955.
- Pillement G., *La Yougoslavie inconnue, itinéraires archéologiques*, Paris, 1967.
- T'serstevens A., *L'itinéraire de Yougoslavie*, Paris, 1953 (1938).

## Brochures, guides touristiques imprimés, revues et autres documents yougoslaves

- Beograd, Yugoslavia*, 1978.
- Beograd et ses environs*, Zagreb, 1974.
- Dubrovnik et ses environs*, Zagreb, 1979 (6e éd.).
- Dalmatie, Histoire, culture, art, tourisme, beautés naturelles*, Zagreb, 1986.
- Dalmacija, turističkovodič*, Zagreb, 1986.
- Dubrovnik, Beauté aux mille visages*, Zagreb, 1989 (2e éd.).
- Guide de Poche « À travers la Yougoslavie »*, Belgrade, 1955.
- La Bosnie et l'Herzégovine, guide touristique*, Sarajevo/Belgrade, 1969.
- La Yougoslavie économique édition publiée par l'office du commerce extérieur*, Belgrade, 1935.
- Les Nouvelles Yougoslaves*, Paris.
- Orient en Yougoslavie*, Putnik, non datée [de l'entre-deux-guerres]
- Sarajevo, vodič i plan ulica*, Mostar, 1967.
- Statut Turističkog Saveza Jugoslavije*, Belgrade, 1980.

*Yougoslavie, Revue illustrée.*

Crnjanski M., *Belgrade*, Belgrade, 1936.

Stanković S. M., *Turizam u Jugoslaviji*, Belgrade, 1990 (1982, 1979).

Trakković L. et al., *Jugoslavija, turistička enciklopedija, druga knjiga*, Belgrade, 1958.

## Monographies et articles

Allcock J. B., « International Tourism and the Appropriation of History in the Balkans », in : Lanfant M.-F. et al., *International Tourism - Identity and Change*, Londres, 1995.

Amirou R., *Imaginaire du tourisme culturel*, Paris, 2000.

Bertho-Lavenir C., *La roue et le stylo. Comment nous sommes devenus touristes*, Paris, 1999.

Cernovodeau P., « Image de l'Autre : réalités balkaniques et roumaines à travers les récits de voyageurs étrangers », *Revue des études sud-est européennes*, vol. 18, n. 4 (1980), p. 584-590.

Chabaud G. et al. (éd.), *Guides imprimés du XVIe au XXe siècle, Villes, paysages, voyages* (Actes du colloque, Paris VII-Denis Diderot, 3-5 décembre 1998), Paris, 2000.

Chabaud G., « Les guides de Paris : une littérature de l'accueil ? », in : Roche D. (éd.), *La ville promise. Mobilité et accueil à Paris (fin XVIIe-début XIXe siècle)*, Paris, 2000.

Cogez G., *Les écrivains voyageurs au XXe siècle*, Paris, 2004.

Corbin A., *Le Territoire du vide, l'Occident et le désir du rivage 1750-1840*, Paris, 1988.

De Beer, E. S., « The development of the guide-book until the early nineteenth century », *Journal of the British Archaeological Association*, 15, 3 (1952), p. 35-46.

Dimić L., *Kulturna Politika Kraljevine Jugoslavije 1918-1941*, vol. 3, Belgrade, 1997.

Djilas M., *Tito mon ami, mon ennemi, biographie critique*, Paris, 1980.

Furlough E., « Making Mass Vacations : Tourism and Consumer Culture in France, 1930s to 1970s », *Comparative Studies in Society and History*, 40 (1998), p. 247-286.

Garde P., *Vie et mort de la Yougoslavie*, Paris, 2000 (1992).

Garde P., *Fin de siècle dans les Balkans 1992-2000*, Paris, 2001.

Gerbod P. « Les touristes français à l'étranger (1870-1914) », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, 1983, p. 283-297.

Géronimi M., « Québec dans les discours des guides touristiques, 1830-1930 », *Canadien Folklore Canadien*, 18, 2 (1996), p. 69-90.

Gervereau L. et Tomic Y. (éd.), *L'unification à l'éclatement, l'espace yougoslave, un siècle d'histoire*, Nanterre, 1998.

Goguel C., « Les vacances des Français », *Communications*, 10 (1967), p. 3-19.

Hadžiselimović O., *At the Gates of the East, British Travel Writers on Bosnia and Herzegovina from the Sixteenth to the Twentieth Centuries*, New York, 2001.

Hancock C., *Paris et Londres au XIXe siècle, Représentations dans les guides et récits de voyages*, Paris, 2003.

Kirshenblatt-Gimblett B., *Destination Culture, Tourism, Museums and Heritage*, Los Angeles/Londre, 1998.

Krulic J., « D'une autogestion l'autre : Paris-Belgrade 1948-1985 », *Pouvoirs*, 52 (1990), p. 141-155.

Koshar R., « What ought to be seen : Tourists' Guidebooks and National Identities in Modern Germany and Europe », *Journal of Contemporary History*, 33, 3 (1998), p. 323-340.

Laborie P., *L'opinion française sous Vichy, Les Français et la crise d'identité nationale 1936-1944*, Paris, 2001 (1990).

Lefebvre H., *La production de l'espace*, Paris, 2000 (1974)

Lerivray B., *Guides Bleus, Guides Verts et lunettes roses*, Paris, 1975.

Marković P. J., *Beograd između istoka i zapada 1948-1965*, Belgrade, 1996.

Matvejevič P., *Le monde « ex », confessions*, Paris, 1996.

Nordman D., « Les Guides Joanne, ancêtre des Guides Bleus », in : Nora P. (éd.), *Les Lieux de mémoire*, vol. II (La Nation), Paris, 1986, p. 529-569.

Peyre C. et Raynouard Y., *Histoire et légendes du Club Méditerranée*, Paris, 1971.

Poirrier P., *Les enjeux de l'histoire culturelle*, Paris, 2004.

Py P., *Le tourisme, Un phénomène économique*, [La documentation française, n. 5155], Paris, 2002.

Rioux J.-P. et Sirinelli J.-F. (éd.), *La culture de masse en France de la Belle Époque à aujourd'hui*, Paris, 2002.

Roche D., *Humeurs vagabondes, De la circulation des hommes et de l'utilité des voyages*, Paris, 2003.

Saïd E., *L'orientalisme. L'Orient créé par l'Occident*, Paris, 1980.

Todorov T., *Nous et les autres. La réflexion française sur la diversité humaine*, Paris, 1989.

Todorova M., *Imagining the Balkans*, New York, 1997.

Tissot L., *Naissance d'une industrie touristique. Les Anglais et la Suisse au XIX<sup>e</sup> siècle*, Lausanne, 2000.

Urbain J.-D., *L'idiot du voyage. Histoires de touristes*, Paris, 2002, (1991).

Urbain J.-D., *Sur la plage, Mœurs et coutumes balnéaires (XIX<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècles)*, Paris, 2002 (1994).

Venayre S., *La gloire de l'aventure. Genèse d'une mystique moderne 1850-1940*, Paris, 2002.

Weill A., *L'invitation au voyage, l'affiche de tourisme dans le monde*, Paris, 1994.

## NOTES

1. Pour une question de simplicité, nous employons le terme "Yougoslavie" et non les dénominations officielles successives du pays au cours du XX<sup>e</sup> siècle. Je remercie Boško Bojović, professeur associé à l'EHESS, pour ses observations ainsi que le Fonds québécois de recherche sur la société et la culture (FQRSC) pour l'aide financière qu'il m'a accordée.

2. Le magazine *Géo* et son numéro spécial de juin 2005 sur la Croatie « Un été en Adriatique » avec au sommaire : « la Croatie revient en beauté sur le devant de la scène européenne », p. 5. Voir l'article « La frénésie touristique fait flamber les prix sur la "riviera" croate », *Le Monde*, 25 juin 2005, p. 6.

3. Après une chute en 1991, le tourisme international en Croatie se redresse dès 1994 pour croître d'une manière continue, sauf en 1995 et 1999, avec 7,4 millions de touristes étrangers en

2003. Voir l'annuaire statistique de la République de Croatie : <http://www.dzs.hr/ljetopis/LjFrameE.htm>

4. Le terme patrimoine est compris comme : « l'ensemble de tous les biens, naturels ou créés par l'homme, matériels ou spirituels, sans limite de temps ni de lieu » (définition donnée par l'Assemblée générale des conservateurs, Paris, 1968), ce qui englobe aussi « le festif (festivals, événements culturels), le vivant (ethnologie, tourisme religieux), l'amour des pierres (archéologie, architecture) et celui des musées ». Nous ajoutons, dans le cas de la Yougoslavie, la présence d'un « patrimoine intentionnel » visant à commémorer « un moment précis » comme la guerre de libération 1941-45 et exaltant, d'autre part, les « réalisations » du socialisme en Yougoslavie. Voir, R. AMIROU, *Imaginaire du tourisme culturel*, Paris, 2000, p. 9 et 72.

5.

Nos observations sur les guides touristiques imprimés s'effectuent à l'aide de tableaux qualitatifs qui regroupent des indicateurs pertinents pour nos thèmes de recherche. La récurrence et l'importance de certaines modalités d'écriture peuvent ainsi être attestées. Le corpus de guides n'est évidemment pas exhaustif.

6. G. Guilcher in : G. CHABAUDet al. (éd.), *Guides imprimés du XVI<sup>e</sup> au XX<sup>e</sup> siècle. Villes, paysages, voyage s (Actes du colloque, Paris VII-Denis Diderot, 3-5 décembre 1998)*, Paris, 2000, p. 81-93.

7. *Ibid.*, p. 9.

8. M. GÉRONIMI, « Québec dans les discours des guides touristiques, 1830-1930 », *Canadien Folklore Canadien*, vol. 18, 2 (1996), p. 87.

9. Les guides ne font généralement pas de références explicites au « patrimoine » mais les thèmes et le discours utilisés au sein de cette littérature nous suggèrent fortement la mise en relation de la notion de patrimoine avec les fonctions des guides. Nous jugeons que la notion d'héritage (ou *cultural heritage* dans la littérature anglo-saxonne) employée d'ailleurs par Allcock et Kirshenblatt-Gimblett recouvre notre acception du patrimoine. Nous sommes toutefois conscients que les ethnologues ne sont pas de cet avis.

10. L. TISSOT, *Naissance d'une industrie touristique. Les Anglais et la Suisse au XIX<sup>e</sup> siècle*, Lausanne, 2000. p. 30 et 44 et C. HANCOCK, *Paris et Londres au XIX<sup>e</sup> siècle, Représentations dans les guides et récits de voyages*, Paris, 2003, p.22.

11. R. KOSHAR, « What ought to be seen : Tourists' Guidebooks and National Identities in Modern Germany and Europe », *Journal of Contemporary History*, 33, 3 (1998), p. 326.

12. J. VAUGHAN, *The English Guide Book, c.1780-1870 : an illustrated History*, 1974, p. 62 cité dans L. TISSOT, *op. cit.*, p. 23.

13. E. S. DE BEER, « The development of the guide-book until the early nineteenth century », *Journal of the British Archaeological Association*, 15, 3 (1952), p. 36, 38.

14. Nous faisons ici référence aux Guides bleus sur la Yougoslavie et il en sera ainsi pour la suite. Les références bibliographiques aux Guides Bleus se feront de la manière suivante, afin d'alléger le texte : *Yougoslavie, Les Guide Bleus*, année.

15. En 1984, le guide suisse Nagel ne propose que 3 itinéraires. À l'en croire « la conception traditionnelle des guides touristiques » est dépassée. Des éléments géographique, économique et démographique sont ajoutés aux aspects historiques et artistiques et, évidemment, aux renseignements utilitaires. *Yougoslavie, Nagel, Encyclopédie de voyage*, Genève-Paris-Munich, 1984, p. 7.

16. C. BERTHO-LAVENIR, *La roue et le stylo. Comment nous sommes devenus touristes*. Paris, 1999, p. 61.

17. L. TISSOT, *op. cit.*, p. 15.

18. Plusieurs nouveaux titres apparaissent : *Méditerranée orientale, guide de croisière pour les escales et pour les excursions à partir de ces escales*, Paris, 1953 ; *Yougoslavie, Les Guides Nagel*, Genève/Paris/New-York/Karlsruhe, 1954 ; *Yougoslavie, Les Guides Bleus*, Paris, 1955 ; *La Yougoslavie*, Paris, 1955 ; L. PEILLARD, *Yougoslavie, Les Albums des Guides Bleus*, Paris, 1955.

19. En contrepartie, la préface du guide de 1955 souligne que, dans l'esprit de la collection des Guides bleus, ses auteurs ont rassemblé « tout ce qui est susceptible de nourrir l'attention de l'homme cultivé ». *Guide Bleu, Yougoslavie*, 1955, p. 6.
20. C. Bertho-LAVENIR, *op. cit.*, p. 374-375.
21. Les brochures entrent dans cette catégorie. Leur format diffère mais les éléments d'information et les représentations véhiculées sont à peu de choses près les mêmes, quoique plus succincts. Le sujet de la brochure est souvent très précis : une ville, une station ou même un hôtel particulier. Bref, le contenu et les modalités discursives de la brochure en font une proche parente des guides. Un récit peut aussi faire office de guide. Dans la préface à l'édition de 1953 du récit *L'itinéraire de la Yougoslavie*, l'auteur T'Serstevens affirme que de nombreux touristes avaient apporté en 1952 son livre pour se guider (p. 2). Peut-être comblait-il un manque, car il n'y avait pas en 1952 de guide français récent sur la Yougoslavie.
22. La production des guides pour la Bosnie-Herzégovine, le Monténégro et la Macédoine est négligeable.
23. Un guide publié en serbo-croate et en français est comptabilisé dans chaque catégorie. Il existe, mais ce n'est pas courant, des guides qui ne sont publiés qu'en français sans avoir d'équivalent en serbo-croate.
24. L. TRAJKOVIĆ et al., *Jugoslavija, turistička enciklopedija, druga knjiga*, Belgrade, 1958.
25. Le rédacteur en chef Svetolik Mitić est aussi journaliste et rédacteur à la télévision de Belgrade. Ljubica Trajković est un responsable aux presses touristiques et a travaillé sur l'encyclopédie touristique mentionnée ci-dessus. M. Panić-Surep, conservateur des musées de Serbie, collabore à plusieurs éditions du Guide bleu sur la Yougoslavie et à l'ouvrage *La Yougoslavie d'Ogrizek* en 1955.
26. Ce guide est aussi disponible en anglais, en allemand et en serbo-croate. D'autres guides ont vu le jour durant la période 1945-55 mais ils sont très brefs (quelques dizaines de pages tout au plus) et portent souvent sur une localité précise et non sur l'ensemble de la Yougoslavie.
27. G. CHABAUD et al., *op. cit.*, p. 358.
28. L'auteur du récit est en effet bien connu et l'ouvrage étudié est souvent cité dans d'autres récits de voyage en Yougoslavie. La réédition de 1953 suggère aussi un certain succès éditorial. Un compte rendu du 19 mars 1938 du *Figaro* signale un « grand nombre de critiques et de lecteurs ». Archives de Serbie-Monténégro (ASCG), fonds 38, fascicule 561, unité 728.
29. Notre corpus de près de 200 cartes postales provient des collections de la bibliothèque Forney à Paris et de la bibliothèque nationale de France (département Estampes et photographie). La sélection s'établit selon les critères suivants : a) la carte postale doit avoir été postée entre 1919 et 1991 de la Yougoslavie vers la France b) avoir un contenu (d'une simple salutation à plusieurs lignes de texte) en français c) avoir été envoyée par un touriste français. Il est parfois difficile d'évaluer ce dernier critère, surtout lorsque le texte des cartes est très bref.
30. Une distinction s'opère entre les guides s'adressant à un public local ou étranger. Plusieurs guides yougoslaves examinés ont non seulement été édités en français ou en serbo-croate, mais aussi en plusieurs autres langues. Ces guides se retrouvent dans une catégorie mixte, ciblant un double public, non sans mal, car une tension en résulte. Les guides français, eux, ont été produits en français pour un public français, voire francophone. G. CHABAUD, « Les guides de Paris : une littérature de l'accueil ? », D. ROCHE (éd.), *La ville promise. Mobilité et accueil à Paris (fin XVII<sup>e</sup>-début XIX<sup>e</sup> siècle)*, Paris, 2000, p. 77.
31. *Dalmacija, turističkivodič*, Zagreb, 1986, p. 5.
32. *Guide bleu Yougoslavie*, 1974, préface, p. 9-10. Nous soulignons, car ce guide, refusant de segmenter les descriptions de la Yougoslavie par républiques ou régions, invite à « voyager continûment » dans l'ensemble.
33. *Guide Bleu, Yougoslavie*, 1979, préface, p. 10.

34. Barbara Kirshenblatt-Gimblett discute de l'artefact et de la logique de son exposition dans le contexte de la mort des musées, de l'ascendance du tourisme et du multiculturalisme. Elle suggère que l'exposition est un médiateur qui transforme ce qui est montré en héritage. « Heritage is created through a process of exhibition (as knowledge, as performance, as museum display) ». À l'instar du sociologue Allcock à propos de la Yougoslavie, elle remarque : « heritage is a mode of cultural production in the present that has recourse to the past ». B. KIRSHENBLATT-GIMBLETT, *Destination Culture, Tourism, Museums and Heritage*, Los Angeles/Londres, 1998, p. 7 et 149.
35. *Table Ronde II, Conception et élaboration d'un guide de tourisme de nos jours*, in : G. CHABAUD et al., *op. cit.*, p. 679-680.
36. G. COGEZ, *Les écrivains voyageurs au XX<sup>e</sup> siècle*, Paris, 2004, p. 18.
37. En 1938, le nombre de visiteurs français en Yougoslavie est de 8.831, 3% des 287.391 étrangers.
38. Dans les années 1930, seuls 5 à 10% de Français allaient en vacances, alors que la proportion dépasse les 60% dans les années 1980. E. FURLOUGH, « Making Mass Vacations : Tourism and Consumer Culture in France, 1930s to 1970s », *Comparative Studies in Society and History*, 40 (1998), p. 250.
39. Paul Gerbod souligne que « les pays étrangers, [...], sont loin de susciter un intérêt profond et général » chez les touristes français entre 1870 et 1914. En 1967, c'est environ 15% des vacances qui ont lieu à l'étranger, surtout dans les pays limitrophes. En 1999, le taux de départ en vacances en France est de 62% (derrière celui de l'Allemagne) mais seuls 9,9% des séjours sont faits à l'étranger, contrairement à 66% des séjours allemands. Voir respectivement P. GERBOD, « Les touristes français à l'étranger (1870-1914) », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, 1983, p. 297 ; P. PY, *Le tourisme, Un phénomène économique*, [La documentation française, no 5155], Paris, 2002, p. 30 ; C. GOGUEL, « Les vacances des Français », *Communications*, 10 (1967), p. 11.
40. *Revue du TCF*, n. 557 (juillet 1946). Des problèmes pour la délivrance de devises ou de visas sont invoqués.
41. D'orientation marxiste, Agnès Humbert explique que son voyage en Yougoslavie de novembre 1949 était motivé idéologiquement parce qu'elle voulait observer par elle-même les réalités du régime de Tito. Voir son récit : *Vu et entendu en Yougoslavie*, Paris, 1950.
42. Fondateur de l'Association France-Yougoslavie en Algérie, en 1944.
43. P. MATVEJEVICH, *Le monde « ex », confessions*, Paris, 1996, p. 178 et J. KRULIC, « D'une autogestion l'autre : Paris-Belgrade 1948-1985 », *Pouvoirs*, n. 52 (1990), p. 143.
44. À mettre en rapport avec les départs plus nombreux en vacances dans la France des années 1950 qui se modernise. L'effet des congés payés de 1936 n'a pas été, on le sait, immédiat. Rioux et Sirinelli observent que le « véritable mouvement démarre avec les trois millions de départs en 1948; plus de quatre en 1949, plus de cinq en 1951 ». J.-P. RIOUX et J.-F. SIRINELLI (éd.), *La culture de masse en France de la Belle Époque à aujourd'hui*, Paris, 2002, p. 354-355. Notons aussi qu'une troisième semaine de vacances est accordée en 1955 sous le gouvernement Mollet.
45. Avec toutefois une année exceptionnelle, en 1973 : près de 400.000 visiteurs.
46. *Statistički godišnjak FNRJ 1954, Statistički godišnjak SFRJ 1965, Statistički godišnjak Jugoslavije 1980, 1990*.
47. P. GARDE, *Vie et mort de la Yougoslavie*, Paris, 2000, (1992), p. 176.
48. J.-D. URBAIN, *L'idiot du voyage, Histoires de touristes*, Paris, 2002 (1991), p. 295, 320-321.
49. J.-M. DOMENACH, *Yougoslavie*, Paris, 1960, p. 31.
50. T. TODOROV, *Nous et les autres. La réflexion française sur la diversité humaine*, Paris, 1989, p. 299 et le passage sur Segalen, p. 357-372. Voir aussi, R. AMIROU, *op. cit.*, p. 73.
51. Le facteur « politique » semble très minoritaire dans les motivations premières des touristes. Les cartes postales analysées ne comportent que de très rares remarques de cette nature.

Domenach écrit dans le chapitre « Visitez le socialisme » qu'« on va de ruines romaines en gorges sauvages, de plages en palaces, mais Putnik n'a aucun circuit pour la visite du socialisme », J.-M. DOMENACH, *ibid.*, p. 149. Nous remarquons que le politique cultive d'autres modalités d'expressions, plus normatives, comme celles concernant le discours des guides touristiques imprimés.

52. S. NORMAND et J. ACKER, *La Yougoslavie*, Paris, 1954, p. 2.

53. J. HUREAU, « Itinéraire yougoslave », *Revue du TCF*, mai 1962, p. 385.

54. Représentant par exemple un peu moins du tiers (63 pages sur 216) de la section des itinéraires du Guide bleu de 1955. Le littoral fait souvent l'objet d'un aperçu historique séparé. Cette approche « globale » contraste avec celle de guides tchécoslovaques, majoritairement de l'entre-deux-guerres, qui concernent seulement le littoral. Cette différence indique aussi l'existence de pratiques, de motivations et de rapports à l'espace yougoslave différents. Notons que les guides Berlitz sortent quelques titres sur le littoral dans les années 1970.

55. *Guide Bleu Yougoslavie*, 1937, p. 545-546.

56. *La Yougoslavie économique, édition publiée par l'office du commerce extérieur*, Belgrade, 1935, p. 138. Les parallèles avec la Norvège se répètent dans d'autres guides et dans la revue *Les Nouvelles Yougoslaves*.

57. *À travers la Yougoslavie*, 1955, p. XIX.

58. J.-D. URBAIN, *Sur la plage*, Paris, 2002 (1994) et A. CORBIN, *Le Territoire du vide, l'Occident et le désir du rivage 1750-1840*. Paris, 1988.

59. Une publicité d'un club de vacances, Club Polynésie, suggère comme destinations pour 1957 l'Espagne, la Corse et la Yougoslavie. Sous le titre « vacances polynésiennes », cette affiche montre une femme en bikini sur la plage et un homme faisant du ski nautique la saluant. J.-D. URBAIN, *ibid.*, p. 199 et A. WEILL, *L'invitation au voyage, l'affiche de tourisme dans le monde*, Paris, 1994.

60. C. PEYRE et Y. RAYNOUARD, *Histoire et légendes du Club Méditerranée*, Paris, 1971, p. 69.

61. C. PEYRE et Y. Raynouard, *ibid.*, p. 159. Le Club Med y possède toujours un village de vacances.

62. *Guide Bleu Yougoslavie*, 1955, préface, p. 5 et *Guide Bleu Yougoslavie*, 1979, préface, p. 9.

63. *La Bosnie et l'Herzégovine, guide touristique*, Sarajevo/Belgrade, 1969 ; *Sarajevo, vodič i plan ulica*, Mostar, 1967 et « Le vieux bazar de Sarajevo », *Les Nouvelles Yougoslaves*, n. 184, 5 février 1956, p. 6.

64. S. NORMAND et J. ACKER, *La Yougoslavie*, Paris, 1954, p. 10.

65. De son voyage de 1938 Robert Andrault note : « A Cettigne finissent les excursions organisés par les agences de voyages », R. ANDRAULT, *Virage autour du minaret, carnet de route de trois gais campeurs en vieille Serbie*, Paris, 1945 (2<sup>e</sup> ed.), p. 114.

66. L. PEILLARD, *Yougoslavie. Les Albums des guides bleus*, 1955, p. 20, 23.

67. G. PILLEMENT, *La Yougoslavie inconnue, itinéraires archéologiques*, Paris, 1967, préface, p. 1 et G. PILLEMENT, « Visages de la côte dalmate », *Revue du TCF*, mai 1966, p. 427-428. Il est symptomatique de constater que les cartes postales (5) où les auteurs se plaignent de l'état des routes sont écrites entre 1957 et 1963.

68. *Yougoslavie*, Nagel, *Encyclopédie de voyage*, 1984, p. 8.

69. Collection de cartes postales typographiques de Yougoslavie à la bibliothèque Forney à Paris.

70. D. ROCHE, *Humeurs vagabondes. De la circulation des hommes et de l'utilité des voyages*, Paris, 2003, p. 10.

71. H. LEFEBVRE, *La production de l'espace*, Paris, 2000 (1974).

72. P. LABORIE, *L'opinion française sous Vichy, Les Français et la crise d'identité nationale 1936-1944*, Paris, 2001 (1990), p. 64. L'expression que la représentation se dégage de la matérialité des faits pour être « la perception que les acteurs sociaux se font de ces mêmes faits au moment où ils les vivent, les subissent, les observent ou les reconstruisent » est inspirante et étaye l'hypothèse suivante : les fonctions des guides participent à la représentation de l'espace.

73. « En Bosnie, [...] j'ai vu notre campagne française au Moyen Age », J.-M. DOMENACH, *id.*, p. 9.

74. Les récits anglais sur la Bosnie-Herzégovine témoignent du même phénomène. Voir O. HADŽISELIMOVIĆ, *At the Gates of the East, British Travel Writers on Bosnia and Herzegovina from the Sixteenth to the Twentieth Centuries*, New York, 2001, p. xxiii.
75. S. VENAYRE, *La gloire de l'aventure, Genèse d'une mystique moderne 1850-1940*, Paris, 2002, p. 282.
76. A. T'SERSTEVENS, *L'itinéraire de Yougoslavie*, Paris, 1953 (1938), p. 25. L'édition de 1953 est identique à celle de 1938, seule une préface a été ajoutée. Cette vision élitiste est commune dans le débat sur la différence de nature entre touristes et voyageurs. Segalen note le retrait de l'exotisme face au tourisme grandissant, T. TODOROV, *op. cit.*, p. 368.
77. *Guide Bleu, La Yougoslavie*, 1955, p. 75.
78. *Journal des débats*, 1<sup>er</sup> avril 1939, ASCG, fonds 38, unité 728.
79. D. OGRIZEK (éd.), *La Yougoslavie*, Paris, 1955, p. 350.
80. M. CRNJANSKI, *op. cit.*, p. 41.
81. *Orient en Yougoslavie*, brochure non datée.
82. *La Yougoslavie économique*, 1935, p. 140-141.
83. M. CRNJANSKI, *op. cit.*, p.52.
84. A. T'SERSTEVENS, *op. cit.*, p. 287.
85. Les guides yougoslaves de l'entre-deux-guerres soulignent aussi l'aspect « moderne » du pays, mais les références à cette modernité naissante sont moins systématiques et non formulées selon des préceptes marxistes.
86. *Yougoslavie, Revue illustrée*, n. 1 (automne 1949), p. 6.
87. *Les Nouvelles Yougoslaves*, édité par l'Agence yougoslave d'information, Paris, n. 210, 25 avril 1957, p. 11.
88. *À travers la Yougoslavie*, 1955, p. 219.
89. Conférence fédérale du Comité pour le tourisme et l'hôtellerie tenue en 1949. ASCG, fonds 19, fascicule 186, unité 1702.
90. S. M. STANKOVIĆ, *Turizam u Jugoslaviji*, Belgrade, 1990 (1982, 1979). Parmi les buts que les statuts de 1980 donnent à l'Association touristique yougoslave, il y a « la promotion [...] de la Yougoslavie comme pays touristique et comme communauté socialiste autogestionnaire », *Statut Turističkog Saveza Jugoslavije*, Belgrade, 1980, p. 5.
91. P. J. MARKOVIĆ, *Beograd između istoka i zapada 1948-1965*, Belgrade, 1996, p. 241-242. De leur côté, les autorités françaises reconnaissent, en 1958, que malgré un niveau de vie très bas, les « congés payés, [les] voyages de vacances à très bon marché, [l'] instruction ouverte à tous » sont des « services sociaux [qui] sont loin d'être négligeables » pour les Yougoslaves. *Archives du Ministère des Affaires étrangères*, MAE, Série Z Europe, sous-série Yougoslavie 1956-1960, c. 186, f. 133.
92. M. DJILAS, *Tito mon ami, mon ennemi, biographie critique*, Paris, 1980, p. 34.
93. M. PANIĆ-SUREP, « L'héritage culturel de la Yougoslavie », *À travers la Yougoslavie*, 1955, p. XX.
94. *Guide Bleu, Yougoslavie*, préface, 1955, p. 5.
95. Brochure *Beograd, Yugoslavia*, 1978, Fonds des Recueils de la Bibliothèque nationale de France.
96. *Le Guide du Routard Grèce, Yougoslavie*, 1983/84, 1983, p. 162 et *Le Guide du Routard Yougoslavie 1991/1992*, 1991, p. 38. Cet enthousiasme est nuancé par d'autres remarques qui tempèrent les « beautés » de Belgrade. Domenach mentionne aussi que « Belgrade n'arrive pas à ressembler à une capitale. Les occupations qu'elle a subies l'ont comme stérilisée », J.-M. DOMENACH, *op. cit.*, p. 33.
97. H. LEFEBVRE, *op. cit.*, p. 454. Lefebvre fait ici référence à René Girard.
98. J.-M. DOMENACH, *op. cit.*, p. 6.
99. M. TODOROVA, *Imagining the Balkans*, New York, 1997, p. 118-119.
100. *Le Guide du Routard, Yougoslavie*, 1983 et 1991, p. 149 et p. 22.
101. P. CERNOVODEANU, « Image 'de l'Autre' : réalités balkaniques et roumaines à travers les récits de voyageurs étrangers », *Revue des études sud-est européennes*, 18, 4 (1980), p. 585.

102. Le Guide Bleu rappelle, et non sans fierté, que ce sont les canons de 75 français vendus aux Serbes qui « anéantirent les unités d'élite de l'infanterie turque lors des guerres balkaniques », *Guide Bleu*, 1964 (1959), p. 39 et 1973 (1970), p. 63.
103. *Guide bleu*, 1937, p. 681. Pillement évoque le même événement avec une ressemblance de mots qui étonne, G. Pillement, *op. cit.*, p. 150.
104. D. NORDMAN, « Les Guides-Joanne, Ancêtre des Guides Bleus », in : P. NORA, (éd.), *Les Lieux de mémoire*, vol. II (La Nation), Paris, 1986, p. 559.
105. *Guide-Joanne, États du Danube et des Balkans*, Paris, 1888, p. 167.
106. *Guide Bleu 1937*, p. L.
107. *Dubrovnik et Dalmatie méridionale*, 1976, p. 16.
108. *Dubrovnik et ses environs*, 1979 (6<sup>e</sup> éd.), p. 34.
109. *Dubrovnik, Beauté aux mille visages*, 1989 (2<sup>e</sup> éd.), p. 38.
110. *Dalmatie. Histoire, culture, art, tourisme, beautés naturelles*, 1986, p. 54. *Dalmacija, turistički vodič (Dalmatie, guide touristique)*, 1986.
111. Précisons aussi que l'historiographie slovène interprète généralement en termes positifs l'action de Napoléon, qui a permis aux Slovènes de développer l'éducation dans leur langue.
112. *Royaume des Serbes, Croates et Slovènes, Ljubljana, Capitale des Slovènes*, 1928, p. 22. Il est vraisemblable que les autorités locales aient préparé ce document pour le dixième anniversaire de la rupture du front de Salonique. Le maréchal Franchet d'Espérey visite la Yougoslavie et Ljubljana cette même année pour commémorer l'événement, et le consul de France à Ljubljana joint cette brochure à sa dépêche du 21 octobre 1928. MAE, Série Z Europe, sous-série Yougoslavie 1928-1929, c. 122, f. 58 et 73.
113. Ce guide a été publié par le Bureau central de presse, placé sous l'autorité de la présidence du conseil ministériel. Fondé en avril 1929, le Bureau central de presse est un service d'information général. Il existait en son sein une division publicitaire qui s'occupait, entre autres, d'informer les journaux étrangers de la situation au pays et qui collaborait avec l'agence Putnik. Le Bureau disposait aussi de journalistes dans les pays étrangers qui pouvaient ainsi écrire des articles dans les journaux étrangers allant dans le sens des politiques de Belgrade. Plusieurs articles sur le tourisme, écrits par des employés du Bureau central de presse, paraissent dans les journaux français durant les années 1930.
114. L. DIMIĆ, *Kulturna Politika Kraljevine Jugoslavije 1918-1941*, Belgrade, 1997, p. 435.
115. *À travers la Yougoslavie*, 1955, p. XXI.
116. Allcock distingue deux phases dans la politisation de la culture populaire (*folk culture*) en Yougoslavie socialiste : une première dans les deux premières décennies de l'après-guerre, quand le régime « faisait un grand effort pour créer le sentiment commun d'une citoyenneté yougoslave encadré par un engagement socialiste partagé » ; une deuxième durant les années 1970, lorsque « le vernis pan-yougoslave à propos du folklore était remplacé par une emphase spécifiquement républicaine ». Or le souhait de « submerger les différences régionales à l'intérieur d'une identité yougoslave socialiste commune » avait été considérablement émoussé au moment du boom touristique du milieu des années 1960. J. B. ALLCOCK, « International Tourism and the Appropriation of History in the Balkans », dans M.-F. LANFANT et al., *International Tourism. Identity and Change*, Londres, 1995, p. 224.
117. Il remarque que l'adjectif serbo-croate *narodni* est presque inévitablement traduit par *national* plutôt que par *populaire*. J. B. ALLCOCK, *ibid.*, p. 223-224. À cet égard, Yvonne de Sike souligne que « dans les différentes publications balkaniques les costumes régionaux, sortis de leur contexte social et historique, sont définis comme indices de nationalité. Or, [...], on peut se demander si l'on ne se livre pas à une interprétation tendancieuse du passé. Le costume n'était pas à l'origine national, mais porteur de critères socioculturels complexes et encore pas assez bien étudiés ». « Se vêtir et se parer chez les Slaves du Sud » dans L. GERVEREAU et Y. TOMIC (éd.), *L'unification à l'éclatement, l'espace yougoslave, un siècle d'histoire*, Nanterre, p. 237.

118. J. B. ALLCOCK, *ibid.*, p. 221.
119. P. GARDE, *Fin de siècle dans les Balkans 1992-2000*, Paris, 2001, p. 68.
120. Aspect souligné dans B. LERIVRAY, *Guides Bleus, Guides Verts et lunettes roses*, Paris, 1975.
121. *Guide Bleu, Yougoslavie*, 1955, p. 28.
122. *Yougoslavie, Nagel, Encyclopédie de voyage*, 1984, p.45.
123. *Le Guide du Routard*, 1983 et 1991.
124. P. POIRRIER, *Les enjeux de l'histoire culturelle*, Paris, 2004, p. 192.
125. É. COHEN, « Perspectives », dans G. CHABAUD et *al.*, *op. cit.*, p. 653.
126. Nous ne nous sommes pas étendus par exemple sur les stéréotypes essentialistes, l'absence des minorités dans les guides et certains aspects normatifs tels que la description d'itinéraires, des choses à voir, etc.
127. E. SAÏD, *L'orientalisme. L'Orient créé par l'Occident*, Paris, 1980, p. 232.
128. L'autogestion est un thème idéologique qui suscite beaucoup de débats en France entre 1968 et 1976. J. KRULIC, *op. cit.*
129. J.-P. RIOUX et J.-F. SIRINELLI (éd.), *op. cit.*, p. 352.
- 

## RÉSUMÉS

L'article s'intéresse à la manière dont le patrimoine yougoslave s'est transformé en objet de consommation à travers les guides touristiques, analysant à la fois les publications locales et les ouvrages français. Il examine, à travers le XX<sup>e</sup> siècle, le rôle de ces guides en tant que médiateurs privilégiés des transferts à double sens, tout en suivant les avatars que le patrimoine a pu subir – « exotisation » ou encore vulgarisation, politisation – dans sa quête de « vendabilité ».

By an analysis of tourist guides – both local and French publications – the author shows how Yugoslav patrimony has been transformed in consumption good. All along the 20<sup>th</sup> c., these guides have allowed double-direction transfers in a special way, and at the same time reflect “exoticization” of patrimony, as well as its popularization and politicization in the frame of its “marketability”.