

VOYAGE, VOYAGES...

Excursion au cœur des SHS

Résumé : L'Association Interdisciplinaire des Doctorant.e.s de l'Ouest en Confluences (AIDOC) est une association réunissant les doctorant.e.s en sciences humaines et sociales de l'Université d'Angers et soutenue par la SFR Confluences. Le **28 mai 2024**, l'AIDOC propose une journée d'étude, ouverte aux doctorant.e.s, sur le thème du voyage. La journée d'étude de l'AIDOC est l'occasion de rassembler des doctorants en sciences humaines et sociales de la France entière, lors d'un moment scientifique et convivial.

Définition : Le voyage se présente à nous comme un idéal, qu'il nous invite à parcourir des kilomètres, à découvrir un environnement proche mais méconnu ou amène à une introspection. Tel que le décrit Claude Tapia, « la notion de voyage évoque celle d'évasion, de traversée [...] vers une "terre promise" de connaissances nouvelles, de jouissances inédites ou, parfois même, celle de trajets sans but, plutôt sans autre but que de quitter son enclos pour mettre le cap sur l'inconnu » (*Le journal des psychologues*, n°278, 2010, p.24.).

Au regard de l'actualité de la recherche en SHS, la thématique du voyage est aujourd'hui encore source d'intérêt et de nouveauté. Véritable terme interdisciplinaire, le voyage peut ainsi se retrouver au sein de plusieurs disciplines en sciences humaines et sociales. Qu'elles s'apparentent à des pratiques ou aspects artistiques, historiques, littéraires, linguistiques, sociologiques, géographiques, psychologiques, commerciaux ou juridiques, les pistes de réflexion autour du voyage sont variées et riches.

Le voyage peut donc se définir comme un déplacement effectué hors de son domicile habituel, dans un but déterminé ou non. Il peut également être imaginaire, rétrospectif ou même prospectif dans le temps. Finalement, le voyage peut se transformer en une véritable expérience humaine, spirituelle, sensorielle ou encore philosophique. Ainsi, il peut être entendu et compris dans toute sa polysémie et sa complexité, qui sont discutées dans les trois axes ci-dessous.

Axe 1 : S'ouvrir au monde : découverte de l'Autre, (re)découverte de soi

Le voyage est souvent associé à la découverte, l'aventure ou encore à l'exploration. Il vient alors sous-entendre une notion de déplacement, que cela soit dans un espace géographique ou mental, avec un objectif déterminé préalablement ou non. L'ouverture à un monde réel ou imaginaire se présente alors comme une raison d'un départ à l'aventure. Ce premier axe amène donc à questionner la quête derrière l'entreprise d'un voyage, entre découverte de l'Autre (qu'il soit humain, animal ou végétal) et (re)découverte de soi.

Les communications pourront interroger le rapport qu'un individu entretient avec ce qui l'entoure à partir de la découverte de nouvelles cultures et gastronomies, d'espaces inconnus, du partage de nouveaux savoirs et langages. Les récits de voyage qui laissent une trace de ces mobilités pourront également être étudiés.

Le voyage peut également être compris comme le moyen d'une découverte ou d'une exploration de soi, de son identité, de ce qui nous définit. Ainsi, les communications pourront s'intéresser aux dimensions initiatiques du voyage, aux manières dont celui-ci nous façonne, nous transforme, mais également comment les pratiques sportives, récréatives ou spirituelles peuvent permettre une (re)découverte de soi. Les récits autobiographiques qui nous plongent au cœur de l'intime d'une personne pourront également être mobilisés.

Enfin, les moyens du voyage pourront être développés en s'intéressant aux rôles des moyens de transport afin de questionner le trajet nécessaire pour cette ouverture au monde.

Axe 2 : Penser le voyage entre réel(s) et imaginaire(s)

Le voyage a bien souvent pour principale acception celle d'un déplacement physique que l'on fait dans un cadre touristique ou professionnel. Ce déplacement bien que pleinement ancré dans le réel, n'est néanmoins pas

exempt de représentations et est entouré d'un riche imaginaire. Ce dernier va d'ailleurs accompagner le voyageur tout au long de son périple et c'est bien souvent sur cela que s'appuie l'économie du voyage. Les communications pourront s'intéresser à la manière dont le voyage est avant tout vendu et vécu comme une expérience que l'on pourra garder pour soi ou raconter. Il est d'ailleurs possible de faire voyager par l'imaginaire pour susciter l'envie même du voyage réel.

Cette idéalisation du voyage peut néanmoins conduire à une forme de conformisme dans le développement de certaines régions dépendantes du tourisme. Il est donc possible de s'interroger sur le rôle de cet imaginaire, de ces représentations, attentes et fantasmes autour du voyage sur la manière dont le voyage est vécu, pensé, raconté ou illustré.

Une autre acception du voyage est celle qui ne nécessite pas de déplacement physique mais qui se situe hors de toute réalité objective. Ces formes de balades psychiques peuvent se manifester sous différentes formes. Il est tout d'abord possible de penser au voyage dans le temps que nous permet notre mémoire, tant vers le passé que vers le futur, mais également aux rêves et aux rêveries éveillées, ainsi qu'à la méditation et à l'hypnose. Elles peuvent également être induites par un support. Qui ne s'est jamais évadé grâce à un film, un livre, un tableau, un jeu vidéo ou même en se promenant sur un réseau social ? Tantôt perçu comme néfaste, tantôt perçu comme bénéfique, l'intérêt de ces voyages hors de la réalité n'ont de cesse de nous questionner.

Bien que les notions de réel et d'imaginaire puissent paraître au premier abord parfaitement dichotomique, elles trouvent néanmoins une résonance riche lorsqu'elles sont mises en perspective au travers de la question du voyage. Les communications pourront donc s'intéresser tant à la manière dont le voyage est pensé, imaginé voire rêvé - parfois en complète opposition avec la réalité du terrain - qu'à la manière dont le voyage peut parfois, au travers de l'imaginaire, permettre de s'abstraire complètement de toute réalité objective.

Axe 3 : Voyages choisis, voyages subis

Le voyage peut constituer une aventure affranchissante, émancipatrice, initiatique et tous autres synonymes d'une épopée dont on sort grandi. Toutefois, il s'agit ici de revenir à la genèse du voyage. Pourquoi part-on ? Décide-t-on de partir ? Doit-on partir ? Entre plaisir et nécessité, le voyage peut revêtir de nombreux visages, des hôtels cinq étoiles aux parcours de migration, en passant par des traditions nomades. Voyager, est-ce un luxe et un choix ? Ainsi, les communications pourront s'organiser, par exemple, autour des notions de tourisme, de loisir, de vacances, d'accessibilité, de précarité et d'immigration.

Elles pourront également aborder la question des conséquences du tourisme sur les populations, cultures, patrimoines et environnements autochtones qui peuvent, dans une autre perspective, subir le voyage de l'Autre ou en tirer profit. Dans quelle mesure peuvent s'opposer des visions divergentes sur un même territoire ? Dans quelle mesure notre voyage, intérieur ou extérieur, a-t-il des conséquences sur un entourage plus ou moins large ?

Se pose également la question du phénomène de réminiscence, voyage imprévu dans son passé, qui peut se révéler une expérience agréable, à la manière de la madeleine de Proust, ou traumatisante.

Finalement, cet axe peut être l'occasion de questionner le « dernier voyage », autant d'un point de vue littéraire, philosophique, psychologique, sociologique, médical ou encore du droit ...

Modalités de soumission : Cette journée d'étude s'adresse aux doctorant.e.s des disciplines de sciences humaines et sociales. Les propositions de communication ne devront pas dépasser 500 mots et devront être rédigées en français. Une courte biographie est également demandée. Les communications n'excéderont pas vingt minutes, et un diaporama pour les accompagner sera fortement recommandé.

Veillez nous retourner vos propositions de communication avant le **23 février 2024** à l'adresse suivante : asso.aidoc@gmail.com avec pour objet de mail "Communication JE AIDOC 2024". Un retour sera effectué courant mars après évaluation des propositions.

Conditions d'organisation : L'AIDOC prendra en charge le repas du midi pour les communicant.es participant à la JE. Toutefois, les frais de déplacement et/ou d'hébergement ne pourront pas être pris en charge par l'association.