



L'UTOPIE TOURISTIQUE DE JOHN HINDE (1916-1998) LA PHOTOGRAPHIE COULEUR ENTRE FANTASME ET REALITÉ

VALERIE MORISSON

Université de Bourgogne (Dijon)

Récemment redécouvertes par Martin Parr, les cartes postales photographiques de John Hinde demeurent peu étudiées dans le domaine de la civilisation britannique malgré l'immense succès populaire qu'elles connurent tant en Irlande qu'en Angleterre. Le fait que Hinde ait produit des photographies en couleurs et non en noir et blanc, comme le faisaient les artistes reconnus, n'est pas étranger à cette méconnaissance. En outre, la carte postale demeure un objet visuel et textuel négligé en dépit de sa large diffusion.

John Hinde créa son entreprise de cartes postales à Dalkey (Irlande) en 1956. En 1968, il s'entoura de trois collaborateurs (Edmund Nägele, David Noble et Elmar Ludwig) afin de réaliser une série de cartes postales pour les camps de vacances Butlin. Supervisant la production, Hinde élaborait un langage technique propre à véhiculer un idéal pour une classe ouvrière découvrant le tourisme de masse. Au début de sa carrière, Hinde avait été fasciné par le monde des foires et celui du cirque : après avoir épousé une trapéziste, il avait monté son propre spectacle, qui ne tourna que pendant un an. Sans doute cette expérience aiguisa-t-elle son goût de l'artifice et est-elle annonciatrice des mondes simulacres qu'il conçut pour Butlin, de véritables utopies masquées par un apparent hyperréalisme, des simulations de bonheur parfaitement orchestré. Ces utopies en technicolor firent rêver les désenchantés de l'urbanisation massive des années 1960 en faisant miroiter un autre modèle social.

Les photographies de John Hinde sont donc des objets hybrides, susceptibles d'être perçues soit comme des témoins de l'évolution sociale, illustrant l'histoire du tourisme de masse dans l'Angleterre de l'après-guerre, soit comme des images artistiques informant l'imaginaire. Elles oscillent donc

entre hétérotopie et utopie, deux axes que nous proposons d'explorer successivement.

La carte postale au service du rêve touristique

Les cartes postales photographiques vantant les camps de vacances Butlin semblent le produit d'une rencontre parfaite : celle d'un entrepreneur audacieux, spécialisé dans les divertissements de masse, et d'un photographe fasciné par le cirque autant que par les progrès de la photographie couleur. Dans l'Angleterre de l'après-guerre, Billy Butlin, était « le plus flamboyant de tous les promoteurs de camps de vacances » [BARTON : 184]. Il souhaitait justement donner aux cartes postales vendues dans ses établissements plus d'éclat. Les camps de vacances créés par Butlin se trouvaient être un sujet idéal pour Hinde : « the previous Butlin's postcards were of the pale variety and Hinde's hallmark bright colours were ideal for promoting the camps », note Martin Parr [PARR : 7]. Les couleurs saturées des cartes semblent en effet exprimer parfaitement l'esprit des centres de loisirs Butlin.

En parcourant les cartes postales photographiques des studios Hinde, on saisit d'emblée que Butlin faisait du divertissement l'attrait principal de ses camps de vacances. Il avait d'ailleurs commencé sa carrière en achetant des manèges et des attractions de foires. Avant la guerre, cet audacieux entrepreneur s'était donné pour ambition d'offrir aux ouvrières des loisirs tels que des tournois de cartes, des spectacles de variété, des représentations de théâtre amateur ou des bals. Le premier camp, ouvert par Butlin en 1936 à Skegness, permettait à des vacanciers au revenu modeste d'être logés dans des bungalows, de bénéficier de pension complète et de divertissements de toutes sortes. Il s'agissait de la première structure touristique de masse en Angleterre. Des infrastructures de bien plus petite taille avaient été créées auparavant mais à destinations des hommes (que ce soit le *Cunningham Young Men's Holiday Camp*, sur l'île de Man, le *Golden Sands Camp* à Rhyl, dans le nord du Pays de Galles, ou bien les camps qui s'égrènent dans le Norfolk ou dans le Kent). Des associations affiliées à des structures syndicales avaient également offert aux ouvriers des opportunités de séjours dans des centres de vacances. Le *Roseland Summer Camp*, à Rothesay, en Écosse, ouvrit en 1911 ; le *Civil Service Holiday Camps* inaugura son premier site à Corton en 1924. En 1960, il y avait une centaine de centres de vacances dans le Royaume-Uni. Les camps Butlin furent néanmoins ceux qui connurent le succès le plus grand en raison de la diversité des amusements

proposés : bals, spectacles de variété, piscines, sports nautiques, parcours touristiques y agrémentaient les vacances de la classe ouvrière.

Dès leurs débuts, les camps de vacances semblent être une transposition du camp militaire dans l'industrie du loisir. L'un des premiers camps ouverts par Butlin, à Filey, offrait d'ailleurs des hébergements bon marché aux soldats de la *Royal Air Force*. L'entrepreneur avait obtenu du gouvernement la garantie de pouvoir racheter le camp après la guerre, sachant que le nombre de vacanciers augmenterait. Soutenu par un ministère soucieux de divertir la population en temps de guerre, Butlin créa deux autres camps peu après. Il ne fait aucun doute que, fort de ces expériences, il bénéficia grandement du climat de l'après-guerre : "The arrival of peace found Butlin in a powerful position to take advantage of the massive market for holidays now that the war was over" [BARTON : 124].

Les photographies des camps Butlin reflètent le développement du tourisme de masse règlementé par l'État ainsi que l'avènement d'une société de loisirs. Elles montrent des vacanciers très nombreux, contenus dans des infrastructures modernes, et encadrés par un personnel en uniforme. Jusque dans les moindres détails, les déplacements, les activités et les émotions des consommateurs sont guidés. Le plus grand interventionnisme de l'État pendant la guerre, le désir des entrepreneurs d'octroyer un moment de repos nécessaire à leurs ouvriers, enfin, l'apparition des congés payés firent naître le besoin d'organiser les loisirs rationnellement pour empêcher toute surfréquentation des stations balnéaires. Comme le montre Susan Barton, dès les années 1930, l'État et les syndicats ouvriers avaient pris en charge l'organisation des nouveaux congés payés pour pallier le manque d'offre touristique. L'effet du *Holidays with Pay Act* de juillet 1938, garantissant une semaine de congés payés, ne se fit sentir qu'après 1945. Cette loi incitait l'État à fournir des hébergements bon marché, devenus trop peu nombreux, à de nouveaux vacanciers. En 1939, le *Camps Act* encadra la construction, l'entretien et la gestion des camps de vacances. Dix ans plus tard, en 1948, un rapport émis par le *British Tourist and Holidays Board* fit état d'un besoin de structures de loisirs de meilleure qualité. Les gens, désormais d'un degré d'instruction plus élevé et mieux payés, souhaitaient des services de meilleur niveau. Les bungalows modernes des camps Butlin répondaient aussi bien aux attentes du gouvernement qu'à celles des vacanciers. Cette période vit donc « la reconnaissance du loisir comme élément des procédures de planification statutaire » [HALL & PAGE : 175].

Les cartes postales témoignent également de la réalisation d'un projet de société progressiste promettant la redécouverte d'un bonheur collectif. Elles montrent, en effet, des bars pleins et des piscines bondées. Rappelons que si, en 1947, 12 millions de travailleurs bénéficiaient de congés payés (auxquels s'ajoutaient 5 millions d'employés ayant négocié leurs vacances), en 1965, 29,5 millions d'Anglais prirent leurs vacances en Angleterre. La réalisation de la société de loisirs passait par le déploiement d'infrastructures touristiques et de nouveaux divertissements, encore trop peu nombreux après-guerre [BARTON : 190]. Se développa une offre d'amusements prêts à consommer : "Taking holidays became an aspect of consumption, the tourism product a commodity to be consumed in competition with other products for the workers' increasing disposable income" [221]. Dans ce contexte, la carte postale était un moyen de vanter les mérites des camps Butlin ; les photographies des studios Hinde contribuaient à promouvoir l'image de la marque. Ce que l'on pourrait qualifier, de manière anachronique, de démarche marketing mettait en exergue les divertissements, la modernité des installations, l'exotisme des décors et l'accueil de familles.

De manière à cibler les consommateurs de ce nouveau marché, les cartes postales vantaient les plaisirs multiples et variés des touristes. Les camps Butlin entendaient offrir un espace de loisir idéal pour toute la famille et accomplir ainsi le rêve d'un épanouissement familial. Cette ambition concordait avec les programmes élaborés par le Parti travailliste dans les années qui suivirent la guerre, appelant à davantage de vacances en famille. Les loisirs qui se développèrent dans les années 1960 étaient particulièrement centrés sur la famille [CLARK & CRICHTER]. Celia Brackenridge et Diana Woodward soulignent pareillement « l'importance croissante de la famille comme agent de la consommation de loisir » [BRACKENRIDGE & WOODWARD : 193]. Les touristes potentiels ne pouvaient dès lors que se réjouir de voir figurer sur les cartes postales produites par les studios Hinde autant d'enfants, fréquemment placés au premier plan, d'espaces de jeux ou de crèches. Des vacanciers retraités sont également photographiés, ainsi que des femmes, qui n'avaient que peu d'expériences de loisir et découvraient les divertissements collectifs à un moment où elles étaient de plus en plus nombreuses à travailler [BEAVEN : 235]. Les photographies semblent même démentir le constat que les femmes ont moins profité que les hommes de la révolution des loisirs dans l'après-guerre [BRACKENRIDGE & WOODWARD : 194]. Hinde prend soin d'intégrer à ses compositions publicitaires l'ensemble des clients potentiels de ce nouvel éden touristique.

L'éventail des loisirs proposés est offert dans un cadre champêtre mais clos qui recrée un décor balnéaire et exotique. Le modèle du parc urbain, qui s'était développé pendant la période victorienne, est déplacé vers de vastes espaces ruraux qui sont urbanisés de manière à faire oublier les nuisances de l'industrialisation. Puisque les décors des camps Butlin devaient dépayser les vacanciers, ils se caractérisent par leur exotisme. De nombreux détails, mis en valeur par Hinde, faisaient croire aux consommateurs que leur usine était très loin : décors peints évoquant des contrées lointaines, guirlandes de fleurs, plantes exotiques, bleu profond des piscines, objets d'art indigène, architecture intérieure orientalisante. Les toits des piscines, très souvent photographiées, étaient couverts de plantes chamarrées. Le plus célèbre des bars à thèmes des camps Butlin, le *Beachcomber Bar*, transportait les clients au bord d'une plage tropicale. Il évoquait ainsi les mondes tropicaux de Disneyland à propos desquels Umberto Eco écrira, au début des années 1980 :

Le restaurant polynésien présentera, outre un menu raisonnablement authentique, des serveuses tahitiennes en costume, une végétation adaptée, des parois rocheuses avec cascates, et, une fois que vous êtes à l'intérieur, rien ne doit vous laisser croire que vous n'êtes pas en Polynésie. [ECO : 44]

S'ils ne sont pas de vraies utopies, dans la mesure où ils existaient réellement, les camps Butlin sont indéniablement ce que Michel Foucault nomme des hétérotopies :

Il y a également, et ceci probablement dans toute culture, dans toute civilisation, des lieux réels, des lieux effectifs, des lieux qui sont dessinés dans l'institution même de la société, et qui sont des sortes de contre-emplacements, sortes d'utopies effectivement réalisées dans lesquelles les emplacements réels, tous les autres emplacements réels que l'on peut trouver à l'intérieur de la culture sont à la fois représentés, contestés et inversés, des sortes de lieux qui sont hors de tous les lieux, bien que pourtant ils soient effectivement localisables. Ces lieux, parce qu'ils sont absolument autres que tous les emplacements qu'ils reflètent et dont ils parlent, je les appellerai, par opposition aux utopies, les hétérotopies. [FOUCAULT : 47].

Les hétérotopies, comme les utopies, présentent des analogies directes ou inversées de la société. Certains des principes qui sous-tendent le fonctionnement de ces lieux hétérotopiques, caractérisent les camps Butlin. Les centres de vacances sont en effet clos : n'y entrent que les clients. Ils

recèlent plusieurs espaces parfois incompatibles (des bungalows, des bars à thèmes) et possèdent leurs propres usages et règles. Foucault conçoit d'ailleurs les centres de vacances comme des hétérotopies et des u-chronies :

Tout récemment aussi, on a inventé une nouvelle hétérotopie chronique, ce sont les villages de vacances ; ces villages polynésiens qui offrent trois petites semaines d'une nudité primitive et éternelle aux habitants des villes ; et vous voyez d'ailleurs que, par les deux formes d'hétérotopies, se rejoignent celle de la fête et celle de l'éternité du temps qui s'accumule [48].

En raison des cadrages choisis, les cartes postales des studios Hinde reflètent la nature hétérotopique des camps de vacances. Le traitement des couleurs et l'artificialité des mises en scène font néanmoins basculer ces œuvres dans le domaine de l'utopie.

De l'hétérotopie à l'utopie carnavalesque

Il n'est guère étonnant que Butlin, cherchant à promouvoir ses camps de vacances, ait opté pour un slogan publicitaire marquant, "*Our True Intent is All for Your Delight*". Ce que ces mots et les photographies promettaient c'était un séjour heureux, d'où le travail et la souffrance étaient bannis. Il n'est guère plus étonnant de voir Billy Butlin faire appel à John Hinde. Les studios de ce dernier connaissaient alors un succès sans égal dans le domaine de la production et la distribution de cartes postales, calendriers et autres produits imprimés. Les photographies qu'il a produites sont avant tout des cartes postales, disponibles à la vente dans tous les camps Butlin. En envoyant ces cartes, les vacanciers prouvaient que leurs vacances étaient joyeuses. Minutieusement choisie, soigneusement écrite, scrupuleusement envoyée, précieusement gardée par son destinataire, la carte postale est le résultat de rites sociaux très contraints. L'image, comme le texte qu'elle appelle, est une représentation idéalisée des vacances. Publicitaire, son langage est hyperbolique.

En photographe méticuleux, Hinde contrôlait la totalité de sa production de manière à parfaire l'idéal qu'elle présentait. Chaque composition demandait des heures de préparation, chaque photo était retravaillée avant d'être imprimée. Il était à la fois metteur en scène, photographe, imprimeur et distributeur. Son intérêt pour les aspects techniques de son métier lui avait permis de dominer ses concurrents. En effet, avant d'autres, Hinde avait compris l'attrait de la couleur et l'importance du procédé d'impression pour

l'effet créé par l'image. En adoptant un langage qui était celui de la publicité, Hinde et ses collaborateurs transformèrent les camps de vacances en véritables utopies, des utopies touristiques qui participaient du projet émancipatoire de la classe ouvrière mais aussi du carnaval tel que le conçoit Mikhaïl Bakhtine.

Dans un article très documenté, Darren Webb étudie la pertinence du concept de carnaval, analysé par Bakhtine dans *L'Œuvre de François Rabelais et la culture Populaire au Moyen-Age* pour les stations balnéaires anglaises : "Resorts developed in England as sites of cultural resistance to the pressures of modernity – marginal spaces in which the utopian dynamics of traditional recreational practices were kept alive" [WEBB : 121]. Rappelons que le carnaval bakhtinien impliquait la suspension des hiérarchies de toutes sortes et l'égalité entre les participants ; la levée des prohibitions et des normes, une atmosphère de liberté, de franchise et de familiarité ; un arrêt de la chronologie ordinaire et l'avènement du désordre ; enfin, l'établissement d'une vraie communication. « L'individu sent qu'il est un élément inséparable de la collectivité, un membre du corps de masse du peuple » [BAKHTINE : 255]. Comme le résume Darren Webb :

It was only in the context of free, equal, communal human relations, mediated through membership of a crowd experienced as a growing collectivity, renewing itself in proportion as it rejected all that was immutable, that the specific forms of carnival laughter acquired philosophical depth and utopian character. [WEBB : 121]

Un certain nombre d'auteurs ont considéré que l'esprit carnavalesque, réprimé par l'ère industrielle, avait trouvé une expression dans les stations balnéaires qui s'étaient épanouies dès la période victorienne [BILLINGE : 454]. Blackpool serait ainsi devenue l'exemple même d'une translation de la praxis carnavalesque. Or, si Blackpool attirait la classe ouvrière en très grand nombre, Webb montre que ni les normes, ni les hiérarchies n'en étaient bannies : les hiérarchies qui prévalaient au sein des usines n'étaient que transposées dans un autre cadre géographique. Pourtant, il concède que Blackpool devint "a space symbolizing hope in the collective creative potential of the working class as the workers had taken part in the realization of the resort" [WEBB: 131]. La célèbre tour de Blackpool serait une utopie (puisque'elle aurait incarné l'espoir en une société inexistante mais meilleure que celle du monde réel) et aurait eu une fonction émancipatoire : "Entertainment does not... present models of utopian worlds... Rather the utopianism is contained in the feelings it embodies. It presents, head-on as it

were, what utopia would feel like rather than how it would be organized“ [DYER : 177]. Pour Paul Kegan, les bals donnés dans la célèbre tour de Blackpool étaient l’attraction qui se rapprochait le plus du carnaval que décrit Bakhtine. À propos de cette salle, Webb écrit :

Cocooned in a vast indoor space with no window to the world outside, the dictates of common sense and realism were subverted completely. The very unreal juxtaposition of exotic, technological and medieval otherness served as the basis on which the immediate present was viewed in its now-very-mutable glory from the top of the world’s second-tallest building. [WEBB : 134]

La profusion de boissons et de mets, la recherche des tenues, seraient « les restes d’un héritage carnavalesque pré-moderne ». Et Webb de conclure : « Les pratiques carnavalesques étaient transformées et intégrées dans l’espèce de contrôle social disciplinaire et méliorant que l’on appelle maintenant la culture de masse » [135].

À l’exemple de Blackpool, les camps Butlin, tels qu’ils sont photographiés par Hinde, semblent eux aussi promettre la résurgence du carnavalesque au sein d’une industrie touristique qui n’a, en réalité, rien d’émancipatoire. En photographiant les salles de bals, les restaurants et les bars des camps Butlin, les collaborateurs de Hinde créèrent des mondes clos dont le décor était propre à faire croire aux clients qu’ils avaient transgressé leur condition ouvrière. Nobles d’un soir, on les voit valser en couples sous les tentures ou les lustres imitant l’or et le cristal. Sur le négatif, on danse ensemble, on partage des repas ou des cafés, on regarde le spectacle de ces divertissements communs. Les cartes donnent à voir des ambiances conviviales : les camps semblent mêler sociabilité villageoise et modernité urbaine. S’y épanouissent des sentiments humains négligés dans la vie de tous les jours. Plusieurs couples, jeunes ou vieux, attablés dans les bars du camp se jettent des regards amoureux. Dans *Self-Catering Flatlets*, Hinde choisit de photographier des couples qui déambulent main dans la main dans les allées bordées de bungalows. Les clients échangent des plaisanteries ou badinent avec les serveurs. La direction paraît dédiée au bonheur des vacanciers et les photographies les montrent tout à leurs loisirs, oubliant les occupations de la vie quotidienne. Le cadrage n’inclut d’ailleurs jamais les alentours du camp, ainsi maintenu à l’abri des incursions du monde réel.

La hiérarchie sociale était-elle pour autant réellement abolie ? La communication des camps Butlin ciblait la classe ouvrière et, comme le

montre Susan Barton, chaque classe avait ses vacances propres : “holidays became part of an urban industrial working-class culture and were not imitations of upper- and middle-class leisure and travel experiences” [BARTON : 216]. Colin Michael Hall et Stephen Page évoquent la ségrégation des activités de loisirs dès les années 1920 : “each social class has its own history of organised and informal leisure and recreation” [HALL & PAGE : 178]. Ainsi, les postures, les vêtements, les coiffures des vacanciers photographiés sont autant de marqueurs sociaux.

En outre, loin d’abolir toute règle, l’organisation de l’espace et des activités dans les camps Butlin en impose de nouvelles. On tend ainsi au conditionnement qui caractérise, selon Umberto Eco, le fonctionnement de Disneyland. L’espace du camp de vacances, apparemment utopique, duplique le totalitarisme de la société industrielle plutôt qu’il ne libère les travailleurs. Sa fonction émancipatoire n’est finalement qu’illusoire. L’utopie, une fois de plus, ne semble pouvoir se départir de la dystopie. Doit-on alors s’étonner en notant la désillusion qui point sur certains visages en dépit des éclairages et des couleurs criardes ? Est-ce en raison des temps de pause infinis ou bien de la minutieuse préparation du photographe que certains visages paraissent fatigués ? Le désenchantement de certains clients du *Continental Bar*, ou du *French Bar* pourrait annoncer le nôtre. Comment percevoir ces photographies publicitaires aujourd’hui, après que MacCannell et ses héritiers ont souligné l’inauthenticité de ces simulacres d’utopie ouvrière ?

De l’autre côté du miroir : l’utopie et l’hyper-réel

Si l’œuvre de John Hinde fit l’objet d’une rétrospective à l’*Irish Museum of Modern Art* en 1993 et retint l’attention de photographes contemporains c’est qu’elle soulève des interrogations relatives à la marchandisation de nos fantasmes. En introduisant les cartes des camps Butlin, Martin Parr note : “As with all Hinde imagery, they show an idealised view of the world and, after the passage of time, acquire the power of a lost dream” [PARR : 7]. L’utopie photographiée par les collaborateurs de Hinde résonne aujourd’hui surtout comme une illusion car notre regard contemporain perçoit d’emblée l’hyper-réalisme des compositions.

Les photographies recolorisées accentuent l’effet d’inauthenticité déjà présent dans les décors des camps Butlin. Une comparaison avec d’autres cartes promouvant les centres de vacances permet de saisir l’effet hyperréel des scénographies de John Hinde. Tel un metteur en scène, Hinde

construisait le décor et structurait la composition. On remarquera notamment sa capacité à rythmer l'image par des entrecroisements de lignes droites : rambardes, piliers, dallage, plafonds à caissons dessinent un schéma perspectif complexe. Dans *The Boating Lake*, les canards et cygnes du premier plan rappellent les poules en plastique de l'arrière-plan. Les premiers plans sont particulièrement soignés. Hinde semble se délecter des motifs décoratifs des moquettes, tapisseries, objets décoratifs ou vêtements. Dans *The Skating Ring and Monorail*, de David Noble, les tissus des vêtements des personnages du premier plan montrent une grande variété de motifs. Par ailleurs, l'utilisation du grand angulaire permet d'avoir une vision plus générale des scènes.

L'utilisation de l'Ektachrome et des flashes Bowens lui permettait de rehausser les couleurs de manière spectaculaire pour le plus grand plaisir des acheteurs :

The English photographer "possessed an unparalleled understanding of tourist tastes. In particular he recognized the need for vivid color, clearly expressing the notion "I wish I was there". Hinde made an extensive use of bright, or primary colours in the foreground of his photographs to entice the viewers: "He was shrewd enough to realize that an audience used to seeing black and white pictures didn't want just to see a bit of colour tinting, it wanted to see A COLOUR PHOTOGRAPH" [LEE : 18-19].

Les couleurs saturées des cartes postales des années 1960 sont le résultat de la commercialisation de l'Ektachrome élaboré vingt ans auparavant. Ce procédé (dit de film couleur inversible) permettait aux professionnels de travailler leurs propres films et de mieux conserver les couleurs. Fasciné par la technique photographique, John Hinde passait en revue les négatifs avant de les envoyer dans un atelier milanais pour que les couleurs soient retouchées : les ciels étaient changés, certains objets gommés ou recolorisés. "Why red or yellow? Simple, it made the finished cards stand out on the rotating wooden display stands and make our competitors tear out their hair", confia l'un de ses collaborateurs (Nägele). Le bleu des piscines est saisissant ; s'y détachent des baigneurs à la carnation lumineuse dans des vêtements de teintes criardes. Les consommateurs se reposent devant de gigantesques aquariums de couleur turquoise ou devant un poster figurant un coucher de soleil rouge sang encadré par le feuillage des cocotiers. Les pelouses sont d'un vert vif et les personnages qui s'y détendent ne laissent aucune ombre. Pour éclairer de plusieurs points les scènes, Hinde utilisait les premiers flashes monosources, ou flashes électroniques, dits flashes Bowens,

produits au début des années 1950¹. La réalité est systématiquement retravaillée, rendue plus réelle en dépit de l'artificialité des décors. Les touristes semblent s'accommoder de l'inauthenticité de cette utopie en couleur.

Vers 1970, Daniel Boorstin puis Dean MacCannell soulignèrent le goût du touriste pour l'inauthentique : "These [tourist] 'attractions' offer an elaborately contrived indirect experience, an artificial product to be consumed in the very places where the real thing is as free as air" écrit le penseur américain [McCANNELL : 103]. MacCannell conclut: "the term "tourist" is increasingly used as a derisive label for someone who seems content with his obviously inauthentic experiences" [94]. Se perçoit déjà dans les photographies de Hinde, ce que MacCannell constatera plus tard, à savoir, la préservation artificielle, ou la mise en scène, du monde pré-moderne : "Interestingly, the best indication of the final victory of modernity over other sociocultural arrangements is not the disappearance of the non-modern world, but its artificial preservation and reconstruction in modern society" [8]. Les décors des camps, modifiés par le photographe afin de parfaire l'utopie touristique, regorgent de contrefaçons, que ce soit de fausses armures, de faux trophées de chasse, de fausses serveuses hawaïennes, de faux arbres ou de faux totems mexicains. En 1977, dans son essai sur la photographie, Susan Sontag notait :

In the past, a discontent with reality expressed itself as a longing for another world. In modern society, a discontent with reality expresses itself forcefully and most hauntingly by the longing to reproduce this one. [SONTAG : 80]

L'ère des simulacres propose en effet des enchevêtrements complexes où l'utopie devient une « hypertopie », ne perdant pourtant rien de son enchantement et des désillusions qui, depuis toujours, l'accompagnent.

*

Que des photographes contemporains aussi talentueux que Martin Parr ou Seàn Hillen rendent hommage à Hinde n'est aucunement surprenant. C'est la fragile frontière entre l'utopie et la dystopie qui les séduit. Martin Parr est connu pour son regard à la fois attendri et moqueur sur la classe moyenne anglaise. Seàn Hillen fustige l'industrie touristique et la disneyfication du

¹ Jusque dans les années 1960, les flashes étaient d'un maniement difficile. Installer les générateurs et les câbles indispensables à leur fonctionnement était long.

patrimoine culturel. Qu'en était-il de l'appréciation de Hinde sur les touristes ? Partageait-il l'engouement des vacanciers pour les camps ou s'amusait-il de l'illusionnisme orchestré par Butlin ? Sans doute est-ce notre regard contemporain, tout corrompu par les Boorstin, les Baudrillard, les Debord et comparses, qui confère à ces cartes une touche comique, voire satirique. La postmodernité nous a plongés dans le monde des parodies et éloignés des utopies. Cela étant, les camps Butlin, génèrent une indéniable mélancolie en Angleterre. Si Hinde en a fait des utopies mâtinées d'hyperréalisme, la nostalgie des vraies vacances en Hétérotopie est, elle, bien réelle...

Bibliographie

BAKHTINE, Mikhaïl. *L'Œuvre de François Rabelais et la culture Populaire au Moyen-âge*. Paris : Gallimard, 1982.

BARTON, Susan. *Working Class organizations and Popular Tourism, 1849-1970*. Manchester: University Press, 2005.

BEAVEN, Brad. *Leisure, Citizenship and Working-Class Men in Britain, 1850–1945*. Manchester: University Press, 2005.

BILLINGE, Mark. "A Time and Place for Everything : An Essay on Recreation, Re-Creation and the Victorians". *Journal of Historical Geography* 4 (1996) : 443-459.

BRACKENBRIDGE, Celia & WOODWARD, Diana. « Gender Inequalities in Leisure and sport in post-war Britain ». In OBELKEVICH, Jim & CATTERALL, Peter. *Understanding Post-War British Society*. London: Routledge, 1994 : chap. 15.

CLARK, John & CRICHTER, Charles. *The Devil Makes Work*. London: Macmillan, 1985.

DYER, Richard. "Entertainment and Utopia". In ALTMAN, Rick (ed.) *Genre : The Musical*. London: Routledge & Kegan Paul, 1981.

ECO, Umberto. *Travels in Hyperreality*. London: Harvest, 1986.

FOUCAULT, Michel. « *Des espaces autres* » (conférence au Cercle d'études architecturales, 14 mars 1967). *Architecture, Mouvement, Continuité* 5, (octobre 1984) : 46-49.

HALL, Colin Michael & PAGE, Stephen. *The Geography of Tourism and Recreation : Environment, Place and Space*. New York: Routledge, 2005.

LEE, David (intr.) *Hindsight* (catalogue d'exposition) Dublin: IMMA – Orchard Gallery, 1993.

MCCANNELL, Dean. *The Tourist : A New Theory of the Leisure Class*. University of California Press, 1999.

NÄGELE, Edmund. "Wish you were here: The early days of my photography". Voir (consulté et vérifié le 20 avril 2013) : <http://nagelestock.com/2010/Postcard.html>

PARR, Martin (intr.) *Our True Intent is All for Your Delight : The John Hinde Butlin's Photograph*. London: Chris Boot, 2002.

SONTAG, Susan. *On Photography*. New York: Picador, 2001.

WEBB, Darren. "Bakhtin at the Seaside Utopia: Modernity and the Carnavalesque". *Theory, Culture & Society* 22-3 (2005) : 121-138.